



**LAUREA**  
AMMATTIKORKEAKOULU

*Uuden edellä*

# Oppilaitoksen myymälän muuttaminen kahvila-myymäläksi

Kontio, Hanna

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu  
Leppävaara

## Oppilaitoksen myymälän muuttaminen kahvila- myymäläksi

Kontio Hanna  
Hotelli- ja ravintola-alan  
Liikkeenjohdon koulutus  
Opinnäytetyö  
Toukokuu, 2014

Kontio, Hanna

**Oppilaitoksen myymälän muuttaminen kahvila-myymäläksi**

Vuosi	2014	Sivumäärä	67
-------	------	-----------	----

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa kehittämis ehdotuksia Vantaan ammattiopisto Varian myymälän toiminnan muuttamiseksi asiakaslähtöisemmäksi. Palvelukonsepti haluttiin muuttaa myymälästä kahvila-myymäläksi. Varian Tennistien toimipisteessä on nyt vain myymälä, eikä tarkoituksenmukaisia asiakastiloja ollut. Vantaan ammattiopisto Varia oli tämän opinnäytetyön toimeksiantaja. Vantaan ammattiopisto Varia on viidessä eri toimipisteessä toimiva suuri koulutuksentarjoaja Uudellamaalla. Opiskelijoita Variassa on noin 3 800. Tennistien toimipisteessä opiskelee ja työskentelee päivittäin yhteensä noin 1 400 henkilöä.

Työn teoreettisessa viitekehyksessä käsiteltiin palvelua ja siihen liittyvää laatua, sekä miten asiakkaat kokevat laadun ja miten palvelun laatua voidaan kehittää. Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivisina tutkimusmenetelminä asiakastytyväisyyskyselyä, havainnointia ja asiakastytyväisyyskyselyiden tuloksien pohjalta tehtyjä teemahaastatteluja. Tutkimusmenetelmien tulokset on koottu yhteenvedoksi ja niiden pohjalta on annettu ehdotuksia myymälä-kahvilan toiminnan kehittämiseksi asiakaslähtöisemmäksi.

Keskeisinä tuloksina asiakastytyväisyyskyselyjen, havainnointien ja teemahaastattelujen pohjalta saatiin muutostoiveita aukioloaikaan, työasuihin, tarjoamaan ja sen esille asetteluun, asiakas- ja työtiloihin sekä palveluympäristöön. Asiakastilan kehittämiseksi ehdotettiin tilan uudelleen sisustamista, ja asiakasmyönteisen tunnelman luomiseksi voitaisiin myymälä-kahvilassa soittaa taustamusiikkia ja tarjota vaikka aktiviteettina erilaisia lautapelejä.

Tarjooman monipuolistamiseksi ehdotettiin tehtäväksi kiertäviä tuotelistoja, joista näkisi päivittäin, mitä tuotteita valmistetaan. Tarjooman esille asetteluun ja yhtenäiseen työasuun annettiin myös kehittämis ehdotuksia. Aukioloaikaa haluttiin muuttaa. Kahvilan henkilökunnalle ehdotettiin myös työpaikkaohjaajakoulutusta, tällöin voidaan hyödyntää omaa kahvilaa läpi lukuvuoden työssäoppimispaikkana.

Kontio, Hanna

**Transforming a Shop into a shop & cafeteria**

Year	2014	Pages	67
------	------	-------	----

---

The purpose of this study was to improve the existing college shop's concept in Vantaa Vocational College, Varia, into more customer friendly direction. Furthermore, the college shop concept needed to be changed into a shop & cafeteria concept. This study was commissioned by the Vocational College Varia. There are 3800 students in Varia College and in addition 1400 faculty and staff members who work there on a daily basis.

The thesis first describes theory about customer service and the perceived service quality, and then discusses the manners through which service quality can be improved. The study has been carried out by using qualitative methods. The material for the research consists of a customer survey, observations made by the author and the theme interview. The results of the study are listed in the conclusions, and are to be used to further improve the shop & cafeteria service concept in a more customer friendly direction.

The results of the study suggest changes to the opening hours of the shop & cafeteria and staff's uniforms. The customer area, work space and the service environment were suggested to be changed, too. The product selection and the display of the products required improvements. To make the selection of the products sold more versatile it was suggested that the products be prepared for sale according to a list that was to rotate in a set cycle and thus be known for customers beforehand. It was suggested that the customer area should be refurbished, and that the customer friendly atmosphere increased by playing background music in the shop & cafeteria and by offering different board games for the customers. Finally, it was suggested that the staff members in the shop & cafeteria were to be trained as on-the-job-learning supervisors so that the shop & cafeteria could function as a training place for the students, too.

Keywords      Customer Orientation, service quality, product range, service environment



## Sisällys

1	Johdanto .....	7
2	Vantaan ammattiopisto Varia .....	8
3	Asiakaslähtöisyys palveluliiketoiminnassa .....	8
3.1	Palvelun ominaispiirteitä .....	9
3.2	Palvelun laatu.....	10
3.3	Asiakaslähtöisen palveluliiketoiminnan kehittäminen .....	11
4	Kahvila fyysisenä toimintaympäristönä .....	12
5	Kehittämistyö .....	14
5.1	Asiakastyytyväisyyskysely .....	16
5.1.1	Kyselylomakkeen laadinta .....	17
5.1.2	Asiakastyytyväisyyskyselyn toteutus .....	17
5.1.3	Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset .....	18
5.1.4	Asiakastyytyväisyyskyselyn yhteenveto.....	25
5.2	Varian ja Luksian kahviloiden havainnointi.....	25
5.2.1	Havainnointi tutkimusmenetelmänä .....	25
5.2.2	Varian myymälä- kahvilan havainnointi ja tuloksia .....	26
5.2.3	Luksian kahvilan havainnointi ja tuloksia .....	31
5.3	Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä ja toteutus .....	34
5.3.1	Toimipistevastaavan teemahaastattelun tulokset.....	36
5.3.2	Opetuslajohtajan teemahaastattelun tulokset .....	37
5.4	Tulosten yhteenveto.....	39
6	Kehittämisehdotuksia .....	40
7	Johtopäätökset .....	44
	Lähteet .....	47
	Kuvat .....	49
	Kuviot .....	50
	Liitteet.....	51

## 1 Johdanto

Asiakaslähtöisessä palvelussa asiakas tarpeineen on keskiössä. Palvelu toimii asiakkaan tietyn ongelman ratkaisijana (Tuulaniemi 2011, 59). Hyvän asiakaspalvelun tuottamisen edellytyksenä on tuntea asiakkaat. Asiakasymmärryksen pohjalta pystytään kehittämään innovaatioita asiakaslähtöisemmästä palvelusta. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 143.) Palveluyrityksen tavoitteena on aikaan saada tyytyväinen asiakas, joka palaa aina uudelleen käyttämään yrityksen palveluja ja samalla suosittelee yritystä eteenpäin. (Harris 2014, 6 - 7.) Onnistuakseen hyvin asiakaslähtöisyydessä yrityksen täytyy sitoutua asiakaslähtöiseen toimintatapaan ja laajentaa asiakasnäkökulma kaikkeen yrityksessä tapahtuvaan toimintaan (Aarnikoivu 2005, 16).

Tennistien toimipisteeseen haluttiin saada keidas, ”sydänpaikka”, missä opiskelijat, henkilöstö ja ulkopuoliset asiakkaat voisivat nauttia myymälä-kahvilan tuotteita viihtyisässä ympäristössä. Palvelukonsepti haluttiin myös muuttaa myymälästä kahvila-myymäläksi. Varian Tennistien toimipisteessä on nyt vain myymälä ja tarkoituksenmukaisia asiakastiloja ei ole. Opin- näytetyön tavoitteena oli antaa kehittämis ehdotuksia oppilaitoksen sisällä olevan myymälän toiminnan kehittämistä asiakaslähtöisemmäksi.

Vantaan ammattiopisto Varia on monialainen ammatillinen oppilaitos, joka toimii viidessä eri toimipisteessä. Opiskelijoita Variassa on noin 3 800 ja Tennistien toimipisteessä heistä opiskelee noin 1 200 opiskelijaa. Koulutusta tarjotaan kulttuuri-, liikenne-, majoitus-, ravitsemis- ja talous-, sähkö-, lentokone-, tekniikka-, turvallisuus-, sosiaali- ja terveysaloilla sekä nuorille että aikuisille suomeksi ja englanniksi.

Teoreettisessa viitekehyksessä kerrotaan palvelusta, sen laadusta, ominaispiirteistä ja kehittämisestä asiakasystävällisemmäksi. Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivisina tutkimusmenetelminä asiakastyytyväisyyskyselyä, havainnointia ja asiakastyytyväisyyskyselyiden tulosten pohjalta tehtyjä teemahaastatteluja. Tutkimuksista saadut tulokset on koottu yhteen ja niiden pohjalta on annettu ehdotuksia myymälä-kahvilan toiminnan kehittämiseksi asiakaslähtöisemmäksi.

Opinnäytetyö koostuu seitsemästä pääluvusta. Johdannon jälkeen esitellään toimeksiantaja ja sen jälkeen on teoreettinen viitekehys, missä on pohdittu asiakaslähtöisyyttä palvelun laadun ja sen ominaispiirteiden näkökulmasta. Seuraavina ovat luvut kahvila fyysisenä toimintaympäristönä ja kehittämistyö. Kehittämistyön jälkeen annetaan kahvilan toimintaan kehittämisehdotuksia ja viimeisessä luvussa tehdään yhteenveto koko opinnäytetyöstä.

## 2 Vantaan ammattiopisto Varia

Varia tarkoittaa latinaksi monipuolista ja vaihtelevaa ja sitä Varian tarjoamat palvelut ovat (Varia 2006). Vantaan ammattiopisto Varia on monialainen toisen asteen ammattioppilaitos, jossa saa koulutusta kulttuuri-, liikenne-, majoitus-, ravitsemis- ja talous-, sähkö-, lentokone-, tekniikka-, turvallisuus-, sosiaali- ja terveysaloilla. Variassa on yhteensä n. 3 800 Opiskelijaa viidessä eri toimipisteessä. (Varia 2010.) Opetusta toteutetaan sekä aikuisille että nuorille, suomeksi ja englanniksi. Variassa on myös mahdollisuus opiskella pienryhmässä logistiikka ja marata opetusaloilla.

Varian toimipisteet sijaitsevat eri puolilla Vantaata. Läntisin toimipiste on Myyrmäessä ja itäisin Hiekkaharjussa ja kaksi muuta toimipistettä ovat Veromiehessä ja Koivukylässä. Viides toimipiste on yrityspalvelukeskus Leijassa, mihin on keskitetty aikuiskoulutus. Variassa tarjotaan myös lisäopetusta (startti- ja akkuryhmät) eri opetusaloilla. Lisäopetus tarjotaan edellä mainituissa toimipisteissä. Varian toiminta-ajatus on ” Vantaan ammattiopistossa opiskelijat valmistuvat alansa ammattilaisiksi työelämän tarpeisiin ja kehittyvät elämänhallintaan ja elinikäisen oppimisen taitoja omaaviksi yhteiskunnan jäseniksi ”. (Varia 2010.)

Hiekkaharjun eli Tennistien toimipisteessä opiskelee noin 1 200 opiskelijaa ja opetusta annetaan tekniikan -, kulttuurin - ja hotelli-,ravintola- ja cateringalalla. Opetusta toteutetaan myös iltaisin kauneuden- ja hotraca -aloilla. Ortonin Keskuspuiston toimipiste on vuokrannut tiloja Tennistieltä. Tennistiellä toimii myös Varian johto eli rehtori alaisineen.

## 3 Asiakaslähtöisyys palveluliiketoiminnassa

Asiakaslähtöisyyteen sisältyy kaikki asiakkaan ennakko-odotuksista yrityksen jälkimarkkinointiin. Palveluyrityksen tavoitteena on saada tyytyväinen asiakas, joka käyttää yrityksen palveluja uudelleen ja markkinoi yritystä samalla muille. Nykyään asiakkaat ovat hyvin valveutuneita, ja he tietävät mitä haluavat, mistä sen saavat ja mitä se maksaa. Harrisin (2014) mukaan asiakaspalvelu on tehokkain ja edullisin tapa markkinoida yritystä. Asiakaspalvelu on noussut suureen arvoon, koska yritykset ovat ymmärtäneet, ettei pelkästään tuote tai palvelu riitä tyydyttämään asiakkaan tarpeita, vaan siihen pitää liittää asiakkaalle muistiin jäävä hyvä asiakaspalvelukokemus. (Harris 2014, 6 - 7.)

Harrisin (2014) mukaan asiakkaalla olevan viisi tarvetta, jotka ohjaavat asiakasta asiakastilanteissa. Asiakas ei odota pienessä palvelutapahtumassa yhtä laajaa palvelua kuin tehdessään isompaa ennalta suunniteltua ostosta. Palvelun tulee kuitenkin olla hyvää. Asiakkaan ajattelu hinnasta on muuttunut. Jokin tuote on voinut olla ennen ainutlaatuinen, nyt se on pelkästään



hyödyke. Kun samaa tuotetta saadaan useista paikoista, nousee hinta tärkeäksi osaksi asiakkaan ostopäätöstä. Esimerkiksi pizza; asiakalle on sama mistä hän tilaa pizzansa, kunhan se on riittävä ja edullinen. Tuotteen tulee olla laadukas. Asiakkaat haluavat ostaa kestävän ja toimivan tuotteen. Asiakas ostaa tuotteen mikä toimii niin kauan kuin hän halua ostaa uuden. Hinnalla ei ole niin suurta merkitystä, jos tuote on laadultaan kestävä. Laadusta ollaan valmiita maksamaan tuotteissa minkä odotetaan kestävän. Asiakkaat odottavat olevansa tärkeitä palvelun tarjoajalle. Esimerkiksi ongelmat puhelinliittymän kanssa toivotaan hoidettavaksi heti, koska juuri ”minä” olen tärkeä palvelun tarjoajalle. Asiakkaat pitävät arvostuksesta. ”Kiitos” ja ”Näkemiin” ovat asiakkaalle tärkeitä, teki asiakas mitä ostoja tahansa. Asiakaskirjeet, erikoistarjoukset ja alennukset tekevät asiakalle arvostetun olon. (Harris 2014, 9.)

Asiakaspalvelu on tärkeämpää kuin koskaan aiemmin. Esimerkiksi saatuaan keiton, missä on hius voi asiakkaalla kuitenkin jäädä ravintolasta hyvä kokemus onnistuneen asiakaspalvelun ansioista. Tarjoilija voi tehdä ”Päivän pelastuksen” ja saada aikaan asiakkaan kanssa pysyvän asiakassuhteen hiuksesta huolimatta. Asiakaspalvelua on myös asiakkaan kutsuminen nimellä, helppo tuotteiden palautusmahdollisuus, lääkärin soitto asiakkaalle lääkärikäynnin jälkeen ja edullisemman tuotteen suositteleminen. (Harris 2014, 6 - 7) Asiakaspalveluun liittyy aina asiakkaan ja palvelutarjoajan välinen vuorovaikutus (Kannisto & Kannisto 2008, 6).

### 3.1 Palvelun ominaispiirteitä

Palvelua ei voida varastoida, koska se on aineetonta (Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi, 2008, 47). Palvelu tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, palvelu on ainutkertaista ja muut ihmiset liittyvät sen tuottamiseen kanssatuottajina. Palvelussa ei siirretä omistusoikeutta eikä sitä voida myydä uudelleen ja palvelu on aina prosessi. (Gröönroos 2010, 77 - 79: Bergström & Leppänen 2011, 198.) Esimerkiksi vakuutusyhtiöiden tarjoamissa palveluissa asiakas ei ole aina face-to-face-kontaktissa asiakaspalvelijan kanssa. Tuulaniemen (2011) mukaan palvelu toimii asiakkaan tietyn ongelman ratkaisijana, palvelua ei voida omistaa, vaan se voidaan kokea ja vuorovaikutuksella on suuri rooli palvelussa (Tuulaniemi 2011, 59).

Palvelua tuotetaan yhteistyössä asiakkaan kanssa. Onnistunut vuorovaikutus asiakkaan ja yrityksen välillä on erittäin tärkeää. Hyvä vuorovaikutus saadaan henkilökunnan sitouttamisella yrityksen toimintaan. Henkilökunnan ammattitaito luodaan perehdyttämisellä ja kouluttamisella. (Bergström & Leppänen 2011, 198.) Tuottaakseen hyvää palvelua on yrityksen luotava asiakkaalle mieluinen palveluilmapiiri, jolla tarkoitetaan kaikkea asiakkaan kokemaa. Hyvä palveluilmapiiri saadaan, kun henkilökunta on sitoutunut yrityksen toimintaan eli he ovat sisäistäneet niin sanotun sisäisen yrittäjyyden - ajatusmallin. (Hemmi ym.2008, 48.) Asiakslähtöistä palvelua on vaikea suunnitella ja toteuttaa, ellei asiakkaita tunneta. On aina tärkeää tunnistaa asiakkaiden tarpeet. Tuottaakseen hyvää asiakslähtöistä palvelua, on yrityksen

johdon sitouduttava toimintaan. Johdon antama esimerkki antaa viestin operatiivisen työn tekijöille siitä, minkälaista palvelua yrityksessä halutaan tarjota asiakkaille. Työntekijöiden arvot ja asenteet pitää olla yhteneväiset yrityksen arvojen ja asenteiden kanssa. (Saarinen 2013, 14, 16.)

Toisena osa-alueena hyvään palveluun on palvelukokonaisuus. Palvelukokonaisuus rakentuu ydinpalvelun ympärille, joka tyydyttää asiakkaan tarpeet sekä pitää oma palvelutuotannon toimivana. Kahvilassa ydinpalvelu on kahvi ja lisäpalvelu langaton internet - yhteys ja tukipalvelu kanta-asiakasedut. (Bergström & Leppänen 201, 204.) Kolmantena osa-alueena on palvelun tuottaminen. Asiakkaat, asiakaspalvelija, muut asiakkaat ja palvelutapahtuman ympäristö ovat osia palvelun tuottamisessa. Asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen ja hänen antamansa palaute on tärkeä osa asiakaspalvelun tason ylläpitämisessä tai sen kehittämisessä parempaan. Ammattitaitoinen ja ystävällinen asiakaspalvelija jää positiivisena asiakkaan mieleen ja antaa hyvän kuvan yrityksestä. Myös ympäristöllä on suuri merkitys asiakkaan mielikuviin palvelusta. (Hemmi ym. 2008, 48 - 49). Epäsiistit kahvilan vessat tai tarjoilijan esiliinan likaisuus antavat negatiivisen kuvan kahvilan toiminnan tasosta. Muiden asiakkaiden antama palaute kahvilasta, jonottaminen tai boikotointi kertoo muille asiakkaille, mitä he kyseisestä paikasta ajattelevat.

### 3.2 Palvelun laatu

Asiakaslähtöisessä palvelussa lähtökohtana on asiakkaan tarpeiden ja toiveiden täyttäminen. Palvelun laatuun vaikuttavia tekijöitä ovat yrityskuva, yrityksen tuottama toiminnallinen ja fyysinen laatu. Toiminnalliseen laatuun vaikuttaa henkilökunnan asiantuntijuus, palvelunhalukkuus ja läsnäolo palvelutilanteessa eli palveluilmapiiri. Puhuttaessa fyysisestä laadusta tarkoitetaan yrityksen tekemiä ja valitsemia teknisiä ratkaisuja, käytössä olevia tiloja ja laitteita. Palvelun tuottaminen on vaikeaa ilman fyysistä tilaa, esimerkiksi kahvila, mikä toimiakseen tarvitsee fyysisen tilan. (Bergström & Leppänen 2011, 241 - 243.)

Yrityskuva on asiakkaan mieltämä kuva yrityksestä. Brändi on yrityskuva, mihin yrittäjä voi itse vaikuttaa. Brändiin vaikuttaa useita asioita esimerkiksi missä tuotteet valmistetaan (lähiruoka), kuka ne valmistaa (lapsityövoima) ja hinta. Vertailtaessa laatua on muistettava, että laatu koetaan henkilökohtaisesti. Koettu laatu voi olla maistettu maku, kakkuannoksen ulkonäkö, tuotteiden kotimaisuus tai yhteiskuntavastuullinen näkökulma esimerkiksi Reilun Kaupan tuote. Laatu voi olla kaikkea, mitä asiakkaat arvostavat ostamissaan tuotteissa. (Bergström & Leppänen 2011, 243 - 246.) Palveluntuottaja pyrkii aina tuottamaan asiakkaalle palvelukokemuksen, millaisen asiakas on ennakoon ajatellut saavansa; vielä parempi olisi pystyä ylittämään tämä mielikuva (Hemmi ym. 2008, 48 - 49).

Vuokon (1997) mukaan haasteena toimivalle asiakaslähtöiselle palvelulle voi olla asiakaspalvelijan asennoituminen asiakkaisiin, palveluhalukkuus. Asiakkaiden tasavertainen kohtelu on tärkeää. Asiakaspalvelijan tulee kohdella kaikkia asiakkaita yhtä tärkeänä arvoasemasta, iästä, sukupuolesta tai ihonväristä riippumatta. Vastarinta muutoksiin voi olla yksi suuri tekijä huonoon tai puutteelliseen asiakaspalveluun. Mitä enemmän muutokset vaikuttavat omaan työhön, sen suurempi voi vastarinta olla. Puhuttaessa ylipalvelusta, asiakalle tuputetaan palveluja, vaikkei hän niitä haluaisikaan. (Vuokko 1997, 48.) Ylipalvelu voidaan myös kokea huonoksi asiakaspalveluksi.

### 3.3 Asiakaslähtöisen palveluliiketoiminnan kehittäminen

Jokaisella asiakkaalla on ennakkoon odotuksia tulevan palvelun laadusta. Muiden asiakkaiden mielipiteet tai iskevä mainos sosiaalisessa mediassa vaikuttavat asiakkaan mielikuvaan laadusta, jota hän tulee yrityksessä saamaan. Myös omat aiemmat kokemukset yrityksestä vaikuttavat palvelun laadun mielikuvaan. Saatu henkilökohtainen palvelu, palvelutapahtuman ympäristö ja asiakkaan tarpeiden tyydyttäminen ennakkoon ajatellulla tavalla vaikuttavat asiakkaan mielipiteeseen palvelun laadusta. Asiakkaan ollessa tyytyväinen hän suosittelee yritystä muille ja saapuu uudelleen. (Hemmi ym. 2008, 49.) Ylitäessä asiakkaan odotukset, on yrityksellä mahdollisuus saada lisää uusia kanta-asiakkaita (Leppänen 2007, 136 - 137).

Asiakaslähtöistä palveluliiketoimintaa kehitettäessä tulee kehittämistä miettiä kolmelta eri osalta - alueelta (Arantola & Simonen 2009, 11). Asiakasymmärrys-johtamisessa yrityksen täytyy tuntea asiakkaansa ja tietää heidän tarpeensa. Tieto asiakkaiden tarpeista saadaan esimerkiksi asiakasrekisteristä. (Arantola & Simonen 2009, 5.) Nykyään asiakkaista on runsaasti tietoa, mutta oikean tiedon löytyminen tietoähkystä voi olla haasteellista.

Asiakasymmärryksen pohjalta voidaan tuottaa uusia palvelun innovaatioita (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 143). Kehittäminen kulkee innovatiivisuuden kanssa rinnakkain, aina pitää kehittää uutta ja olla avoin tuleville haasteille (Arantola & Simonen 2009, 11). Innovatiivisen toiminnan mahdollistuminen palveluyrityksessä on johdon sisäisen markkinoinnin ja tiedottamisen tulos. Näiden kolmen osa-alueen linkittyessä saadaan kehitettyä palveluliiketoimintaa asiakasystävällisemmäksi. (Arantola & Simonen 2009, 11.) Onnistuakseen hyvin asiakaslähtöisyydessä yrityksen täytyy sitoutua asiakaslähtöiseen toimintatapaan ja laajentaa asiakasnäkökulma kaikkeen yrityksessä tapahtuvaan toimintaan. (Aarnikoivu 2005, 16).

Asiakkaan mukaan ottaminen palvelutuoteprosessiin on tärkeää, silloin saadaan asiakkaan ääni kuuluviin ja palvelutuotteesta saadaan asiakaslähtöinen. Usein asiakas huomioidaan vasta

sitten, kun ”prototyyppi” - on markkinoilla ja pohditaan miksi ”Tulee lunta tupaan?”. Asiantuntijan ja käyttäjän tapa katsoa tuotetta on hyvin erilainen, mikä pitäisi ottaa innovatiivisena seikkana eikä kuluttajan mielipiteiden vähättelynä. (Peltonen 2011, 72 - 73.) Ravintola-alalla voidaan käyttäjälähtöisyys ottaa mukaan tuotekehittelyssä esimerkiksi kanta-asiakkaista koottuna testiryhmänä, joka maistaa ja kommentoi uusia ruoka-annoksia tai juomia. Palvelua pystytään parantamaan myös asiakkaalta saadusta palautteesta, minkä hän antaa kokemastaan palvelun laadusta (Raita 2002, 15).

#### 4 Kahvila fyysisenä toimintaympäristönä

Kaikilla tiloilla on matemaattiset mitat, mutta myös aistit aiheuttavat optisia mittoja, mitkä voivat erota suuresti tilan matemaattisista mitoista. Optiset mitat, mitkä vaikuttavat tunteiden tasolla, vaikuttavat ihmisten hyvinvointiin neliöitä enemmän. Esimerkiksi katon väri vaikuttaa aistittavan tilan korkeuteen. Vaaleansininen katto huoneessa koetaan korkeammaksi kuin punainen, vaikka tila olisikin matemaattisesti samankorkuinen. Erilaisilla ritilöillä, aidoilla ja palkeilla saadaan asiakkaalle haluttu tuntemus tilasta. Kukat toimivat myös hyvin tilan rajaajina. (Rihlama 2000, 66.) Rihlama (2000) listaa kirjassaan Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa huomioon otettavia seikkoja olevan muun muassa tilassa tapahtuvan toiminnan luonne, toiminnan kesto ja toistuvuus, valon määrä, tilan käyttäjien ikä, pinnoille tulevat rasitukset, puhtaanapitonäkökohdat, tilan meluisuus, muoto, korkeus, sisustus ja ikkunoiden sijainti. (Rihlama 2000, 51 - 52.)

Asiakkaat aistivat erilaiset muodot heti. Pyöreät tai kolmion väriset pöydät huomioidaan heti, mutta niitä voidaan tehostaa entisestään erilaisilla väreillä tai valolla. (Rihlama 2000, 66.) Rihlaman (2000) mukaan värimaailmaa suunniteltaessa tulisi ottaa huomioon etteivät pelkästään kaluste- ja tarjoilutekstiilit vaikuta asiakkaan kokemaan kodikkuuteen kahvilassa, vaan myös henkilökunnan vaatetuksella on merkitystä (Rihlama 2000, 84).

Väreillä on todettu olevan vaikutus ihmisten elintoimintoihin ja mielialaan. Tiloja suunniteltaessa on hyvä ottaa huomioon myös ihmisen kokemat asiat, ei pelkästään arkkitehtuurisesti järkevät materiaalit, värit tai pinnat. Värien ja valaistuksen käyttö yhdessä erilaisten pintojen ja rakenteiden kanssa ovat osatekijöitä ihmisten kokemaan fyysiseen tilaan. Arkipäivän ateriat maistuvat paremmalta hedelmien tai metsän marjojen värivivahteissa. Marjojen ja hedelmien värien sanotaan lisäävän ruokahalua. Tiloissa, missä vietetään taukoja työpäivän aikana voidaan käyttää voimakkaampia värejä. (Rihlama 2000, 51 - 52.) Ympäristön värimaailmaa ei pidä koskaan tehdä yhden tai kahden ihmisen mieltymyksien mukaan vaan luoda viihtyisiä ympäristöä kaikille (Kaukonen 2012, 24). Väreillä saadaan helposti hahmotettua tilan rakennetta. Pysty- ja vaakasuuntaisten kuvioden käyttäminen korostaa tilan pysyvyyttä. Kantavat raken-

teet voidaan nostaa esille, jolloin tutkitusti saadaan tilasta miellyttävämpi. ( Rihlama 2000, 52, 55.)

Harmaa on väreistä ankein, arkisin ja vaikutukseltaan se voi olla jopa masentava. Raaka betoninharmaa on erityisen negatiivisesti koettu väri. Harmaata käytetään usein pintamateriaalina. Harmaa toimii hyvin värikkäiden pintojen tasapainottajana. Punainen ei itsessään sovi pääväriksi sisutukseen. Se tekee tilasta ahdistavan ja tilaa pienentävän vaikutelman. Poikkeuksena on vaaleanpunainen, joka valkoisen kanssa tekee rakastettavan vaikutelman. Punainen sopii hyvin antamaan piristystä esimerkiksi harmaaseen ympäristöön. Sinisen sävyn on tutkittu kylmentävän tunnelmaa verrattuna esimerkiksi vihreään. (Rihlama 2000, 56.)

Ihminen tarvitsee valon kaikkia aaltopituuksia erilaatuisten tarpeidensa tyydyttämiseen (Rihlama 2000, 8). Suomessa joudutaan käyttämään keinovalaistusta apuna talviaikana, koska aurinko ei paista riittävästi. Keinovalolähteinä toimivat mm. hehkulamput, halogeenilamput, purkauslamput ja valoputket. Auringonvalo suoraan sisään tulevana on lämminsävyistä valoa. (Rihlama 2000, 18 -23.)

Viherkasveja valittaessa tulee ottaa huomioon niiden allergisoivuus. Esimerkiksi kuvassa 1 olevat limoviikuna ja viirivehka ovat allergisoivia kasveja. Myös ruukuissa oleva multa voi aiheuttaa allergisia reaktioita, koska se kostuessaan tarjoaa homeille hyvän kasvualustan. Homeen ja allergisoivuuden takia on tärkeää miettiä mitä kasveja valitaan kahvilaan, koska asiakkaat istuvat kasvien vieressä. (Kivikangas 2013, 68.)



KUVA 1: Limoviikuna ja viirivehka.

Kuivakukkia käytettäessä niihin tarttuva pöly voi aiheuttaa hengitysvaikeuksia asiakkaille. Kuivakukkia käytettäessä tulee hygieniatason olla korkea ja kahvilan henkilökunnan on pyyhittävä kukat päivittäin. Myös oikein valitut kukat ja viherkasvit täydentävät näkymää, jonka asiakas saa astuessaan ravintolaan tai kahvilaan. (Rihlama 2000, 84.) Viherkasveista on silmänruoan lisäksi hyötyä kahvilan huoneilman puhdistuksessa ja ne myös sitovat itseensä ilmasta hiilidioksidia. Viherkasveja valittaessa kannattaa suosia paksulehtisiä ja vahapintaisia kasveja, koska ne ovat kestäviä ja helpompi hoitoisia kuin hentolehtiset viherkasvit jotka vaativat paljon vettä ja valoa. (Kivikangas 2013, 70.)

Valittaessa tekstiilejä tulee ottaa huomioon kalusteiden ja seinien värimaailma. Tekstiileillä aikaan saadaan kodikkuutta ja pehmeyttä ja niillä voidaan vaikuttaa tilan ääniin. Tekstiilit sopivat hyvin kaikuja ja melun vaimentamiseen. (Kivikangas 2013, 70.) Tekstiileillä voidaan myös peittää seiniä ja tehdä näköesteitä.

Päivittäin ympäröivässä maailmassamme on paljon ääniä ja osa äänistä on melua. Kivikankaan (2013) mukaan nuoria ei häiritse melu niin paljon kuin vanhempia henkilöitä. Kivikankaan akustiikasta tekemän kyselyn mukaan 15 - 25-vuotiaat sietävät paremmin melua kuin vanhemmat asiakkaat. Jotkut asiakkaat valitsevat kahvilan sen mukaan, onko paikassa melua vai ei. Yleisesti ajatellaan nuorten olevan äänekkäämpiä. (Kivikangas 2013, 62.)

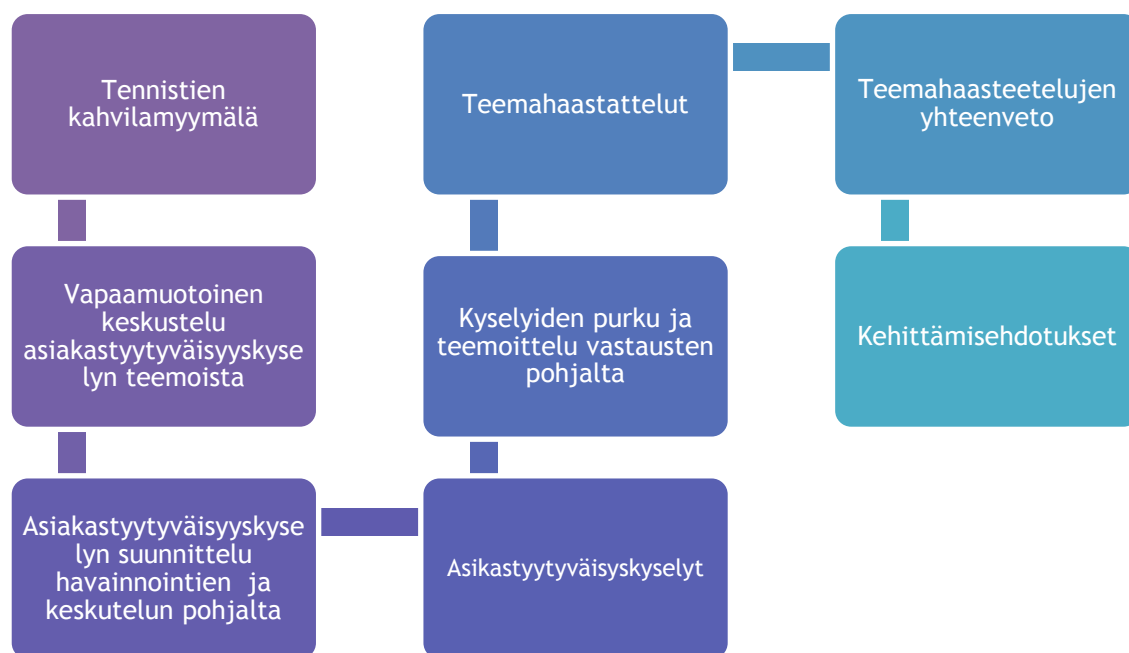
## 5 Kehittämistyö

Tässä kappaleessa käsitellään opinnäytetyön kehittämishankeen eteneminen toimeksiannosta kehittämisehdotuksiin. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on antaa kehittämisehdotuksia oppilaitoksen sisällä olevan kahvilan toiminnan kehittämisestä asiakaslähtöisemmäksi. Erillistä kahvilaa ei Tennistien toimipisteessä ole, vaan kahvi juodaan yläaulassa portaiden vieressä sijaitsevilla kolmessa pöydässä, jotka ovat sijoitettu ruokasaliin ja opiskelijaravintolaan men-  
täväälle käytäville. (Kuva 2.)



KUVA 2: C- aulatila kuvattuna ennen kehittämis ehdotuksia.

Pöydistä näkymä on varaston seinään. Kahvia on voinut juoda myös opiskelijaruokasalissa olevissa pöydissä. Opiskelijaruokasalissa kahvia nautittaessa miljöö on kolkko ja laitosmainen. (videolinkki opiskeijaruokasalista lähteissä)



KUVIO 1: Asiakastyytyväisyyskyselystä kehittämisehdotuksiin.

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivisina tutkimusmenetelminä asiakastyytyväisyyskyselyä, havainnointia ja asiakastyytyväisyyskyselyiden tulosten pohjalta tehtyjä teemahaastatteluja. Edellä olevasta kuviosta (Kuvio 1.) nähdään kehittämistyön eteneminen.

## 5.1 Asiakastyytyväisyyskysely

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan yrityksen onnistumista täyttää asiakkaan tarpeet ja toiveet. Asiakkaan toiveiden ylittäminen on yritykselle parasta mahdollista markkinointia. Asiakastyytyväisyyttä arvioimalla voidaan kehitellä uusia ja jo olemassa olevia tuotteita ja palveluja asiakkaille sopivimmiksi. Asiakastyytyväisyyttä voidaan seurata spontaanilla palautteella, tyytyväisyystutkimuksilla ja suosittelumäärien perusteella. Valitukset, haukut, kiitokset ja toiveet ovat hyviä esimerkkejä spontaanista palautteesta. Tyytyväisyystutkimuksilla haetaan tietoa, onko yrityksen tarjoama palvelu sitä, mitä asiakas odottaa. Tyytyväisyystutkimuksella ei kartoiteta suhdetta kilpailijoihin, vaan se on oman yrityksen palvelun laadun mittaamista. (Bergström & Leppänen 2011, 484.)

Asiakastyytyväisyyskyselyn etuja on sen tehokkuus. Kotiin lähetettävät kyselylomaakkeet säästävät aikaa ja vaivaa. Kyselyn ongelmia on todentaa vastaajien kyselyn aiheen ymmärtäminen. Asiakastyytyväisyyskysely voi jäädä pinnalliseksi jolloin halutut vastaukset jää saamatta. Liian vähäinen vastaajien määrä ei anna kyselystä luotettavaa lopputulosta. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2010, 195.) Tyytyväisyyttä mitataan joko kokonaistyytyväisyydestä tai sen eri osa-alueista esimerkiksi hinnoittelusta, laadusta, asiakaspalvelusta tai tuotteesta (Bergström & Leppänen 2011, 484).



Varian Tennistien toimipisteen myymälä-kahvilan asiakastyytyväisyyskyselyn kysymysten aiheet tulivat tarpeesta kahvilatoiminnan kehittämiseen. Matkailu-, ravitsemis- ja talous-alan opetuslajohtajan kanssa pidettiin keskustelutuokion, missä selvitettiin seikat joihin Varian johto haluaa myymälä-kahvilan asiakkaiden mielipiteitä ja toiveita. Asiakastyytyväisyyskyselystä saatujen vastausten pohjalta, Varian johto voi tehdä investointisuunnitelmia parantaakseen myymälä-kahvilan toimintaa asiakaslähtöisemmäksi. Varian myymälä-kahvilalla ei ole kilpailijaa sen välittömässä läheisyydessä.

#### 5.1.1 Kyselylomakkeen laadinta

Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin asiakastyytyväisyyskyselyä, jossa oli 12 avointa kysymystä. Avoimilla kysymyksillä pyrittiin varmistamaan jokaisen kyselyyn vastanneen asiakkaan mielipiteen kirjaaminen. Hirsijärvi ym. (2010) toteavat, etteivät avoimet kysymykset anna vastaajalle valmiiksi vastausvaihtoehtoja, vaan ne huomioivat vastaajan motivaation vastata. Avointen kysymysten ongelmana on koodauksen hankaluus, koska vastaukset ovat moninaisia. On myös pohdittu avoimien kysymysten vastauksien luotettavuutta niiden kirjavuuden vuoksi. (Hirsijärvi ym. 2010, 200 - 201.)

Hirsjärven ym. (2010) mukaan kyselylomaketta suunniteltaessa kysymysten laadinnassa on tärkeää tehdä kysymyksistä selkeitä. Kysymykset on hyvä kohdistaa aina johonkin tiettyyn asiaan eikä kysyä vain yleisen tason kysymyksiä. Kysymykset kannattaa pitää lyhyinä ja esittää vain yksi kysymys lauseessa. Kysymysten kaksoismerkitystä tulee vältellä ja kysymykset tulee laatia niin, että kaikkiin kysymyksiin voidaan antaa vastaus, vaikka se olisi ”Minulla ei ole mielipidettä tähän kysymykseen”. (Hirsijärvi ym. 2010, 200 - 201.)

Kysymysten järjestys ja määrä tulee miettiä tarkoin lomaketta laadittaessa. Johdattelevia kysymyksiä tulee välttää ja kyselyn kysymykset tulee olla kaikkien ymmärrettävissä. Kyselyssä on vältettävä erikoissanastoa, ettei kyselyyn vastaaja koe olevansa tietämätön kysymyksiä lukiessaan. Kyselylomake tulee olla selkeä ja helppolukuinen. Avoimissa kysymyksissä tulee olla tilaa riittävästi vastauksille. Saatekirjeessä (liite 1.) tulee selvittää kyselyn tarkoitus ja tärkeys sekä mitä annettu vastaus merkitsee tutkimuksen tekijälle. Saatekirjeessä tulee selvittää myös viimeinen kyselyn palautuspäivä. Lomakkeen loppuun on hyvä ilmaista kiitokset vastanneille. (Hirsijärvi ym. 2007, 202 - 204.)

#### 5.1.2 Asiakastyytyväisyyskyselyn toteutus

Asiakastyytyväisyyskyselyn perusteemat olivat palvelu, tarjooma ja ympäristö. Kyselyssä haluttiin selvittää avoimilla kysymyksillä mitä mieltä kahvila-myyvälän asiakkaat olivat

saamastaan palvelusta, tuotevalikoimasta ja kahvila-myymälistä ympäristönä. Taustatietoina kyselyssä tiedusteltiin vastaajan ikää, sukupuolta ja opiskelija-vastaajilta kysyttiin myös opiskeltavaa opetusala. Asiakastyytyväisyyskyselylomake on liitteenä. (Liite 2.)

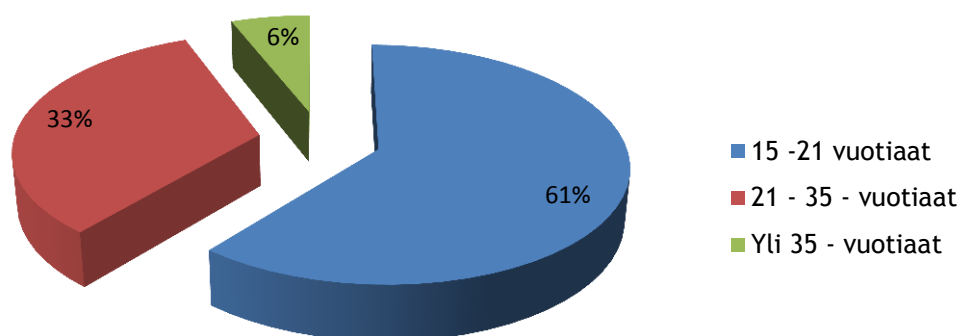
Kohderyhmäksi valittiin myymälä-kahvilan palveluita käyttävät asiakkaat talon sisältä eli opiskelijat ja henkilökunta. Asiakastyytyväisyyttä kysyttiin keväällä ja syksyllä 2013. Keväällä kyselyn aikaväli oli 5.5. - 24.5.2013 ja syksyllä 9.9. - 27.9.2013. Henkilökunnalle kyselyitä postitettiin vain keväällä. Opiskelijoille kyselyt tehtiin sekä keväällä että syksyllä työssäoppimajaksoista johtuen. Haluttiin selvittää mahdollisimman monen nuoren asiakkaan mielipiteen kahvila-myymälistä toiminnasta, koska nuoret ovat myymälä-kahvilan pääasialliset asiakkaat. Asiakastyytyväisyyskyselylomakkeita jaettiin yhteensä 350 kappaletta ja kysely oli kaikilla samanlainen.

Kohderyhmät jaettiin ryhmiin iän perusteella; 15 - 20 -vuotiaat, 21 - 35 - vuotiaat ja yli 35 - vuotiaat asiakkaat. Ikä valittiin yhdeksi jaottelun määreeksi, koska vastanneiden ikäjakauma oli suuri. Toinen ryhmittelyn määre oli sukupuoli. 15 - 20 vuotiaat ja 21 - 35 - vuotiaat olivat matkailu-, ravitsemis- ja talous-, kulttuurin - ja tekniikka opetusaloilta. Yli 35- vuotiaat olivat kaikki henkilökuntaa.

Asiakastyytyväisyyskyselyn kysymykset laadittiin kolmen pääteeman mukaan. Ensimmäiset kysymykset koskivat palvelua ja sen eri osa-alueita. Toinen teema oli tarjooma ja kolmannen teeman kysymykset koskivat myymälä-kahvilan ympäristöä, miljööstä. Kyselyssä oli myös yksi kysymys kestävä kehityksen-periaatteen näkyvyydestä myymälä-kahvilan toiminnassa. Kysymys oli mukana kyselyssä, koska kestävä kehitys on yksi kolmesta Varian strategioista kaudelle 2013 - 2015. Tyytyväisyyskyselyn lopussa oli vielä jätetty tilaa ”vapaalle sanalle” ja kaikki siihen kirjoitetut kommentit löytyvät liitteenä opinnäytetyön lopussa. (Liite 6.)

### 5.1.3 Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset

Kyselylomakkeita jaettiin 350 kappaletta ja vastauksia saatiin 213 kappaletta. Saadut vastaukset numeroitiin juoksevilla numeroilla. Kyselyyn vastattiin nimettömänä, koska haluttiin vastaajien uskaltavan kirjoittaa mielipiteensä vapaasti. Tuloksissa otettiin huomioon kaikki kyselylomakkeet. Excel - taulukkoa hyväksikäyttäen saatiin tuloksista havainnollistavia kuvioita. Kaikki vastaukset numeroitiin ja ne jaoteltiin sisältöjen mukaisesti. Joissakin lomakkeissa oli vastaamattomia kysymyksiä. Vastaamattomia lomakkeita ei hylätty, vaan ne laskettiin ja kirjattiin ”ei vastannut kysymykseen” - kohtaan. Prosentteina vastaajien määrä oli 61 %. 2 % vastaajista ilmoitti ettei käytä kahvilan palveluita. Palveluita ei käytetty, koska matka koettiin liian pitkäksi tauon aikana tehtäväksi ja toinen syy oli rahattomuus. Muutamia vastauksia, ei voitu hyödyntää kehittämis ehdotuksissa.



KUVIO 2: Eri ikäryhmien vastausprosentit. (n = 213)

Kaikkiaan asiakastyytyväisyyskyselyyn saatiin 213 vastausta. 61 % vastanneista olivat iältään 15 - 20 - vuotiaita, 33 % oli iältään 21 - 35- vuotiaita ja yli 35 - vuotiaiden vastausaktiivisuus oli heikoin, vain 6% kaikista vastanneista. 15 - 20 - vuotiaista vastanneita oli yhteensä 152 (n), heistä naisia oli 48 % ja miehiä 52 %. Eniten vastanneita oli matkailu-, ravitsemis- ja talous- alalta, yhteensä 78 vastaajaa. Heistä naisia oli 30 % ja miehiä 19 %. Kulttuurin opetuslalta vastanneista naisia oli 14 % ja miehiä 10 %. Tekniikan opetuslalta vastanneista naisia oli vain 2 % ja miehiä 25 %. 15 - 20- vuotiaista eniten vastanneita naisia oli marata- opetuslalta ja miehiä tekniikan opetuslalta. Kuviossa 2 on esitetty eri ikäryhmien vastausprosentit.

21 - 35-vuotiaat oli jaettu vastaajien sukupuolen ja opetusalan mukaan ja vastaajia oli 48 kappaletta. Heistä naisia oli 81 % ja miehiä 19 %. Matkailu-, ravitsemis- ja talous - alalta vastanneista naisia 35 % ja miehiä 8 %. Kulttuurin opetuslalta oli vastanneista miehiä 10 % ja naisia 25 %. Tekniikan opetuslalta ei tässä ryhmässä ollut vastanneita, koska tekniikassa ei ole aikuisryhmiä. Yli 35 vuotiaista vastanneista kaikki olivat henkilökuntaa. Vastanneista oli 14 , heistä yksi oli mies ja naisia oli 13.

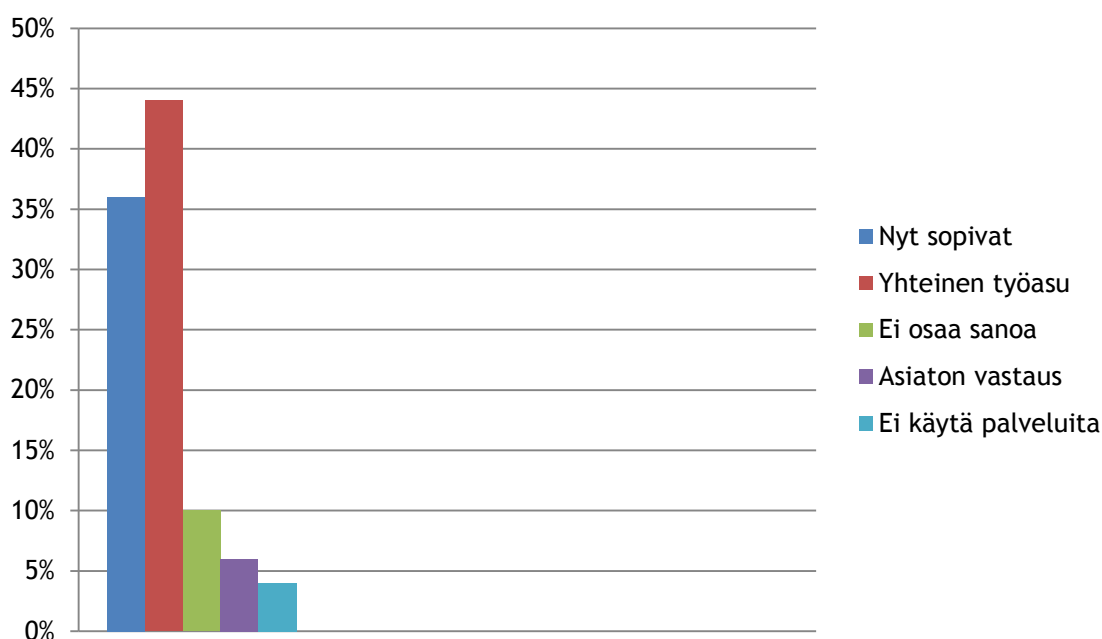
Laatua kuvaavissa kysymyksissä vastaukset luokiteltiin ryhmiin; ei käy kahvilassa, huono, kohtalainen, vaihteleva ja hyvä. Palvelun laadun eri osa-alueelta haluttiin asiakkaiden mielipiteitä. Osa-alueet olivat koettu palvelu, myymälä-kahvilan aukioloajat, tunnelma, siisteys ja työasut. Laatua kuvaavat vastaukset löytyvät liitteistä 3 ja 5.

Suurin osa vastaajista kokivat saavansa hyvää palvelua myymälä-kahvilassa. ”Tahere on niin kiltti, että hän palvelee meitä oman hyvinvointinsa kustannuksella. VALTAVAN ISO KIITOS TAHERELLE☺!” (Vastaaja 53.) Kysymyksen vastauksista havaittiin, ettei iällä ja sukupuolella ol-

lut merkitystä koetun palvelun laatuun. Palvelu koettiin ihanaksi, mahtavaksi, iloiseksi, rennoksi ja ystävälliseksi. Kohtalaisella palvelulla tarkoitettiin henkilökunnan palvelualttiuden vaihtelevuutta eri päivinä. Kiirettä pidettiin useassa vastauksessa syynä palvelun vaihtelevaan laatuun. Kohtalaista palvelua koettiin saatavan myös siksi, ettei asiakkaiden koettu olevan samanarvoisia. Huonoksi palvelu koettiin lähinnä 21 - 35 - vuotiaiden vastanneiden keskuudessa. Silmiin katsomista palvelutapahtumassa, ”Kiitos” ja ”Ole hyvä” - toivotuksia ja nuorten samanarvoista kohtelua vanhempiin asiakkaisiin nähden toivottiin.

Kahvila-myymälän tunnelma koettiin sekä hyväksi että huonoksi. ”Aika meluisa ja sotkuinen” (Vastaaja 53). Tunnelmaa pidettiin viihtyisänä, rentona, mukavana ja kodikkaana. Toisaalta tunnelmaa pidettiin myös tylsänä, tyllynä, ankeana, meluisana, kolkkona ja laitosmaisena. Kaikista vastanneista yli 35 % piti tunnelmaa huonona mm. kahvilan asiakastilojen puutteen, laitosisuuden, kolkkouden, tylsyyden ja väriltömyyden vuoksi.

Tyytyväisyyttä myymälä-kahvilan aukioloaikoihin selvitettiin kolmannessa kysymyksessä. Tämän kysymyksen vastauksia analysoitaessa huomattiin, ettei vastaajien iällä ja sukupuolella ollut merkitystä saatuihin vastauksiin. Nykyiset aukioloajat ovat kello 9.00 - 11.00 ja kello 12.30 - 16.00 perjantaina suljetaan kello 15.00. Jopa 25 % vastanneista asiakkaista toivoi kahvila-myymälän aukeamista jo kello 8.00. ”Kahvila voisi aueta jo 8.00, että voisi käydä kahvilla jo ennen koulun alkua. Silloin ei olisi niin kova ruuhka 9.00 välkällä.” (Vastaaja 13.) Perusteina aukioloajan aikaistamiseen oli aamupalan ja aamukahvin ostaminen ja kova ruuhka kello 9.00 tauolla. Tekniikan opetusala sijaitsee toisessa päässä isoa oppilaitosta. A-rapusta kävellessä C - rappuun ei kello 9.00 tauko riitä myymälä-kahvilassa käymiseen. Noin viidennes toivoi myymälä-kahvilan olevan auki myös ruokailun ajan, silloin voisi käydä ostamassa tuotteita myös parturi-kampaamon asiakkaille. ”Voisi olla vain esim. kiinni 30 min kiinni ruokailun aikana, saisi kahvia paka - osaston asiakkaille” (Vastaaja 40). Pidempää aukioloaikaa toivottiin myös perjantaina, koska monet opetusalat tekevät perjantaina työpäivän kello 16.00 saakka.



KUVIO 3: Vastaajien mielipiteet työntekijöiden työvaatetuksesta (n = 213)

Seuraavaksi haluttiin asiakkaiden mielipiteitä henkilökunnan työasuista. ”Ei sillä oo väliä, jos kantti kestää olkoot vaikka nakuna” (Vastaaja 76). Kuten kuvioista 3 on luettavissa, vastanneista melkein 45 % oli sitä mieltä, että henkilökunnalla ja opiskelijoilla tulisi olla yhtenäinen asiakkaista erottuva työasu. Niukkoja vaatteita nuorille naisopiskelijoille toivottiin useammas-  
sa 15 - 20 -vuotiaiden miesten vastauksessa, mutta kaikissa ikäryhmissä eniten toivottiin yhtenäisiä, siistejä ja joukosta erottuvia työasuja. Yleisin ehdotus työasuksi oli musta esiliina ja pikeepaita. Useassa vastauksessa toivottiin hiusten olevan kiinni tai huiveja päähän työskennellessä myymälä-kahvilassa.

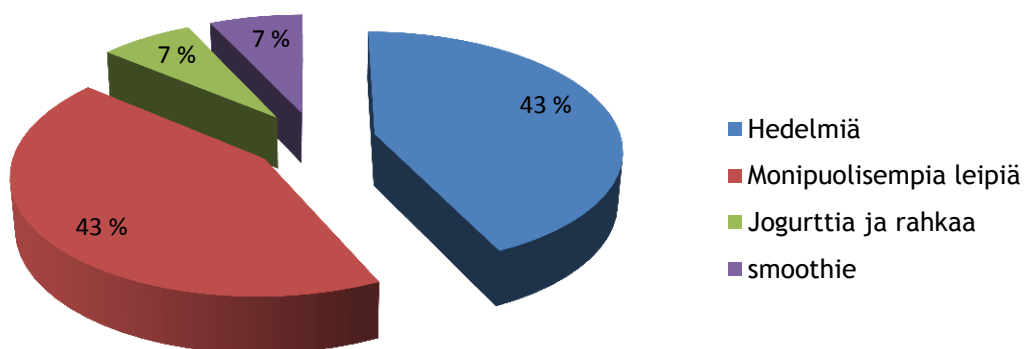
Viimeisenä palvelun laatuun koskien haluttiin asiakkaiden mielipiteitä palveluympäristön siisteydestä. ”Siisteys on oikeastaan ainoa miinus. Usein aulan ja ruokasalin pöydät ovat sen näköisiä, että en viitsi jäädä juomaan kahvikuppia sinne vaan vien sen omaan huoneeseeni.” (Vastaaja 47.) ”Voisiko opiskelijoita ottaa enemmän mukaan? He voisivat esim. pyyhkiä pöydät ja huolehtia muuten siisteydestä. Mahdollisia viherkasveja ja esimerkiksi vaihtuva näyttely tms. tai vaikka sisustuskankaita.” (Vastaaja 60.) Epäsiistinä kahvila-myymälää pidettiin eniten 15-20-vuotiaiden naisten keskuudessa ja saman ryhmän miehet pitivät kaikista vastanneista myymälä-kahvilaa siistimpänä.

Toisena pääteemana asiakastyytyväisyysselvityksessä oli myymälä-kahvilan tarjooma. Kyselyn avulla haluttiin selvittää asiakkaiden mielipiteet myytävien tuotteiden laadusta ja hinta-laatusuhteesta sekä tuotevalikoiman monipuolisuudesta. Kyselyssä haluttiin myös selvittää asiakkaiden omat toiveet tarjoomasta. ”Kassan vieressä olevat kahvileivokset ovat yhdet ja samat melkein koko ajan” (Vastaaja 54). Vastaukset eivät eronneet iän eikä sukupuolen välil-

lä. Hyvänä laatua piti noin 40 % vastanneista, vaihtelevana laatua piti noin 40 % ja huonona jopa 20 % eli viidennes kaikista vastaajista. Vastaajia oli 213 kappaletta.

Useissa vastauksissa sämpylöiden laatua arvioitiin huonoksi ja niihin toivottiin levitettä molemmille puoliskoille ja enemmän täytteitä. 43 % kaikista vastanneista toivoi monipuolisempaa ja -viljaisempaa leipävalikoimaa ja ”hodarileivälle” toivotettiin ”Good bye”. ”Vähän kalliit leivät ajatellaan että hodari-sämpylään tehty ja vihannekset usein nahistuneita.” (Vastaja ja 136). Leipien tuoreutta iltapäivän tarjonnassa arvosteltiin useassa vastauksessa. Kahvin laatu koettiin huonoksi kymmenessä vastauksessa ja lisäksi kahvin laadun vaihtelut mainittiin seitsemässä vastauksessa. Tuotteiden valmistus- ja viimeiset käyttöpäivät oli usein ilmoittamatta, siihen kiinnitettiin huomioita. 15 - 20-vuotiaiden vastauksissa todettiin hintojen olevan kalliit. Yhtä kalliina tuotteita ei pidetty 21 - 35- ja yli 35 - vuotiaiden ryhmissä. Useassa vastauksessa toivottiin kahvin hinnan alentamista.

”Suolaisia välipaloja! (kaikki ei halua vaa sokeria tai kuivia leipiä kahvin kanssa).” (Vastaja 72). (Tämän kaltaisia vastauksia tuli monia.) Jopa 77 % vastanneista asiakkaista halusi muutoksia nykyiseen myymälä-kahvilan tarjoomaan. Useassa 15 - 20 - vuotiaan miesten vastauksessa toivottiin virvokemyyntiä myös myymälä-kahvilaan, jotta ostot voisi maksaa kortilla. (Oppilaitoksessa on virvokeautomaatteja, mitkä toimivat vain älypuhelimella) Niin ikään energiajuomia ja tupakkatuotteita, valmispizzoja ja hampurilaisia oli 15-20-vuotiaiden miesten toiveina. 15-20-vuotiaiden naisten, kaikkien 21 - 35 ja yli 35 - vuotiaiden vastanneiden vastauksissa oli toiveina terveellisiä välipaloja, monijyväviljaleipää, hedelmiä ja erilaisia maitotaloustuotteita. Kuviossa 4 näkyy neljä eniten toivottua tuotetta tai tuoteryhmää lisättäväksi kahvila-myyvälän tuotevalikoimiin pysyvästi.



KUVIO 4: Neljä eniten toivottua tuotetta tarjoomaan. (n = 213)

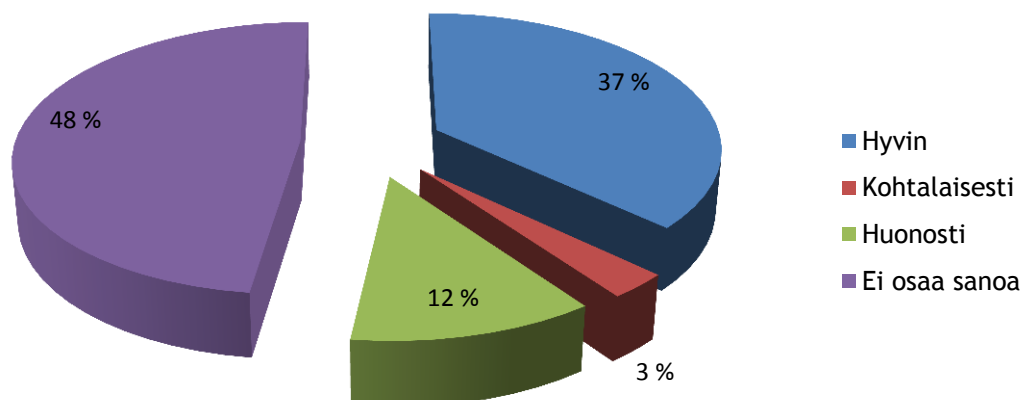
Kolmantena teemana asiakastyytyväisyyskyselyssä oli miljö eli palveluympäristö. Palveluympäristöä koskevat kysymykset liittyivät viihtyvyyteen, sisustukseen ja sivulla 19 aiemmin esitettyyn tunnelmaan. Kysyttäessä asiakkailta mielipidettä myymälä-kahvilan tämän hetkisestä sisustuksesta, vastauksista havaittiin, että naiset kiinnittävät miehiä enemmän huomiota ympäristöön ja viihtyvyyteen. ”Kysytkö tosissas???? Karmee kahvipaikka ruokalan päädyssä!” (Vastaaja 58.) 213 vastanneesta 50 % piti myymälä-kahvilaa asiallisena, siistinä ja viihtyisanä ja 50 % ankeana, tylsänä ja arkisena. ”Meillä EI SIIS OLE KAHVILAA mutta myymälä on ruma” (Vastaaja 50).

Kehittämisehdotuksia sisustukseen saatiin runsaasti. Eniten haluttiin uutta väriä seinille maalista, tapetista, tauluista tai verhoista. Useassa vastauksessa toivottiin viherkasvien ja muiden kukkien, koristeiden, uusien pöytien, tuolien ja sohvien hankkimista sekä sisustuksen muuttamista teemoittain esimerkiksi jouluna ja pääsiäisenä. Musiikkia, uutta erikoiskahvikonetta ja lisää palveluijoita ja henkilökuntaa toivottiin.

Useassa vastauksessa ehdotettiin lisää pöytiä, tuoleja, sohvia ja sohvaryhmiä aulaan. ”Voisiko siihen lisätä pöytiä jotta kahvila ikään kuin siirtyis?!” (Vastaaja 54). Ehdotettiin myös palautuspistettä aulaan, koska aulan pöydät koettiin epäsiisteiksi. Laajentamista ja tilan yhtenäistämistä myymälän kanssa ehdotettiin useassa vastauksessa, lehtiä, pöytäliinoja, kukkia, julisteita, mainoksia, standeja ja pelejä ajan kuluksi. Marata-opetusalan metallikärryt toivotettiin manan majoille useassa vastauksessa ja toivottiin myös kuvallisenilmaisun, näyttelyrakentajien ja ompelijoiden käden taitojen huomioimista muutoksia tehtäessä. Kommentit on koottu liitteeksi opinnäytetyön loppuun. (Liite 4.) ”Voisiko olla enemmän ”katu kahvila” - tyyppinen? Pöydät voisivat olla myös ulko-oven ja kahvilaoven välisellä alueella. Nyt siinä on kumma hylly ja roskis.” (Vastaaja 53.)

Kysymyksessä 13 haluttiin selvittää asiakkaiden mielipiteitä kestävästä kehityksen-periaatteen näkymisestä myymälä-kahvilan toiminnassa. ”Henkilökunnan pitää omistautua kestävästä kehityksen-periaatteelle, muuten ei toimi” (Vastaaja 51). Kuviossa 5 on ilmoitettu prosentteina

asiakkaiden mielipiteet kestävän kehityksen-periaatteen noudattamisesta.



KUVIO 5: Kestävän kehityksen-periaatteen näkyminen myymälä-kahvilan toiminnassa prosentteina. (n = 213)

Kysymys kestävän kehityksen-periaatteen huomioimisesta myymälä-kahvilatoiminnassa oli sisällytetty kyselyyn Varian johdon toiveesta. Kestävän kehityksen-periaatteiden noudattaminen on yksi Varian päästrategioista kaudelle 2013 - 2015. (Vantaa 2013) Hyvänä asiana koettiin posliiniset kahvimukit, ja toivottiin kokonaan pahvimukien poistamista. Yksittäispakattu sokeri herätti myös ajatuksia sen välttämättömyydestä ja muovilusikat toivottiin vaihdettavan puutikkuihin. Useassa vastauksessa pyydettiin tekemään kunnon opasteet lajiteltaville jätteille, niin sanotut ”apuva”-versiot. Hyvänä asiana koettiin jätteiden lajittelun lisääntyminen biojäteastioina. ”Muoviset pakkaukset pois ja ekologisemmat tilalle. Tässä on innovaation paikka☺” (Vastaja 53.) Varsinkin nuoret toivoivat mahdollisuutta palauttaa tyhjät pullot, koska nyt ne heitetään energiajakeeseen. Nesteille toivottiin omaa jäteastiaa. Kertakäyttöisten astioiden käyttöä ehdotettiin hankaloitettavaksi.

Kyselyn loppuun sai jokainen vastaja kertoa ”Vapaata sanaa”, omia mielipiteitä ja kehittämisehdotuksia myymälä-kahvilan toiminnasta. Vapaassa sanassa huomioitiin mielipiteiden kahtia jakautuminen. Toisaalta kiiteltiin kovasti kahvilan henkilökuntaa ja toisaalta arvosteltiin toimintaa kovin sanoin. Useassa vastauksessa toivottiin tehtäväksi tila, jossa olisi pöydät, tuolit ja sohvut, kahvilan tunnelman aikaan saamiseksi.

Useassa vastauksessa oli mainittu koulutarvikkeiden ja muiden opetusalojen tuotteiden ostomahdollisuus myymälä-kahvilasta. Kinkkusämpylöille haluttiin muita vaihtoehtoja, esimerkiksi juusto-, kana- ja kalkkunatäytteitä. Taherea (vakituista henkilökuntaa) kiiteltiin paljon ja



hänen hyvinvoinnistaan oltiin huolissaan kiireen vuoksi. ”POP UP - kahvila oli hyvä idea! Myytävien tuotteiden tuoteselostukset välillä puutteellisia, paha juttu. Ruuat ja leivonnaiset pääsääntöisesti hyviä ja herkullisia. Eikö matkailu-, ravitsemis- ja talous - alan oppilaita voisi saada avuksi myymälään - eihän Tahere yksin voi kaikkea tehdä?! Oppilaat voisivat myös koristaa ja panostaa tilojen esteettisyyteen. Eikö sekin kuulu opiskeltavaan alaan? ” (Vastaaja 60.) Useassa lomakkeessa kiitettiin kyselyä, ja toivottiin vastausten johtavan muutoksiin. ”Oli hyvä tehdä tällainen kysely, että päästään vaikuttamaan ja tulee uudistuksia” (Vastaaja 39).

#### 5.1.4 Asiakastyytyväisyyskyselyn yhteenveto

Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten perusteella uudella kahvila-myyvälälällä on kysyntää. Asiakkaat haluavat paikan, missä voivat juoda kahvin rauhassa kahvilamaisessa ympäristössä. Väreillä, viherkasveilla, uusilla kalusteilla ja eri opetusalojen osaamisella arvioitiin saatavan viihtyvyyttä aikaiseksi. Laitosmaisesta ympäristöstä haluttiin päästä eroon ja saada tilalle oikea kahvila.

Asiakastyytyväisyyskyselyn yhteenvedossa nousee esille tarve parantaa kahvila-myyvälän toimintaa asiakasystävällisemmäksi. Muutoksia tarvittaisiin tarjoomaan, aukioloaikoihin, yleiseen tuotteiden esille asetteluun ja henkilökunnan yhtenäiseen työasuun. Myös myymälä-kahvilan työtilat vaativat muutosta toimivammaksi. Asiakkaiden toive oli saada sisustukseen väriä ja kahvilamaisuutta myös myymälään. Kestävän kehityksen ekologinen toimintaperiaate tulisi ottaa huomioon kahvilan toiminnassa.

Ryhmien vastaukset erosivat toisistaan odotetusti. 15 - 20- vuotiaiden ryhmässä nousi esille tuotteiden edullisuus, tuotevalikoima ja siisteys. Tarjoomaan haluttiin lisää vaihtelevuutta kaikissa ryhmissä. 21 - 35-vuotiaat kiinnittivät eniten huomiota saamaansa asiakaspalveluun ja yli 35 - vuotiaat viihtyvyyteen. Kaikissa ryhmissä kuitenkin toivottiin viihtyisää paikkaa, missä voisi nauttia kahvia tai muita kahvilan tuotteita rauhassa heti aamu kello 8.00 alkaen.

## 5.2 Varian ja Luksian kahviloiden havainnointi

### 5.2.1 Havainnointi tutkimusmenetelmänä

Havainnoinnilla selvitetään sitä, toimivatko ihmiset siten miten he sanovat toimivansa. Havainnoinnin etuja on, että siinä päästään ihmisten luonnollisiin ympäristöihin. Havainnoinnissa mietityttää sen vaikutus havainnoitavan käytökseen. (Hirsijärvi ym. 2010, 213.) Havainnointia voidaan käyttää silloinkin, kun kohteena on esine, kuvat tai ympäristö (Ojasalo ym. 2009, 103).

Havainnointia käytetään haastattelun tai kyselyn tukena. Havainnointia voidaan tehdä puheesta tai eleistä. (nauru ja otsan rypistäminen) Havainnointia voidaan tehdä myös valokuvilla, videoimalla, kirjoittamalla muistiinpanoja tai äänittämällä. Havainnoinnin etuja on heti saatu tieto kohteen käyttäytymisestä. Havainnointi sopii laadulliseen ja määrälliseen aineiston hankintaan. Havainnoinnilla saadaan tietoa myös silloin, kun tutkittava ei halua kertoa tutkijalle tietojaan, vaan tutkija voi havainnoida ne tilanteesta. Havainnoinnin haittoja on muun muassa tutkijan läsnäolon häiritseminen havainnoitavassa tilanteessa ja tutkijan tunteet voivat vaikuttaa havainnointiin. Esimerkiksi tutkija huomaa epäonnistuneen asiakaspalvelutilanteen ja antaa sen vaikuttaa omiin tunteisiinsa ja havainnointitilanteeseen. (Kajak, 2013.)

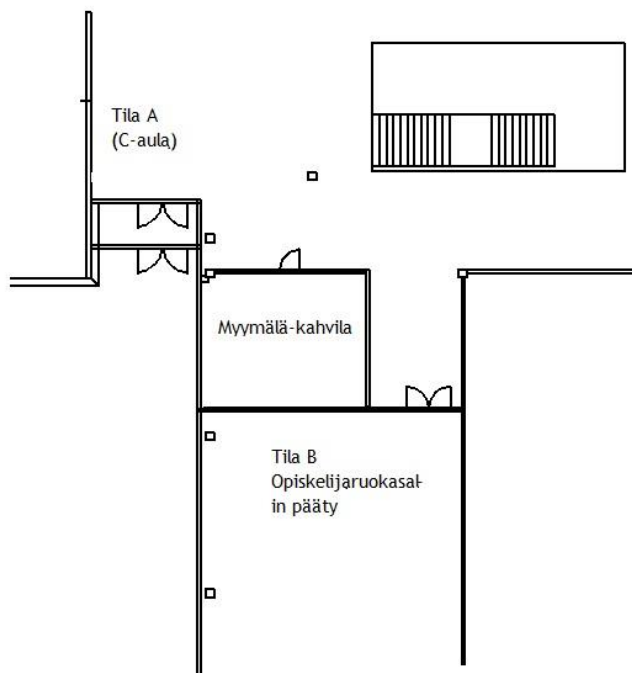
Kahviloista havainnoitiin asiakaspalvelua, asiakastilojen, linjastojen ja vitriinien siisteyttä, houkuttelevuutta eli esilleasettelua ja tarjoomaa. Asiakaspalvelussa havainnoitiin henkilökunnan palvelualttiutta ja asiakaslähtöisyyttä. Haluttiin selvittää havainnoiden, vaikuttaako kiire asiakaspalvelun laatuun. Havainnoinnit tallennettiin videoimalla (videon linkki tilasta B lähteissä), valokuvaamalla ja muistiinpanoja tekemällä. Varian myymälä-kahvilan tilasta hankittiin pohjapiirustus (Kuva 3.) ja pohjakuva (Liite 10.) missä näkyvät myymälä-kahvila, opiskeijaruokailutilan myymälän puoleinen pääty ja C-aula.

Variassa havainnointia tehtiin heti aamulla kello 8.00 myymälä-kahvilan auettua ja päivällä lounaan jälkeen sekä iltapäivällä ennen kello 16.00 sulkemisaikaa. Eri aikoina havainnoimalla haluttiin saada selville mahdollisimman monipuolinen kuva kahvila-myymälän tämän hetkisestä palvelusta ja -ympäristöstä. Oli tärkeää havainnoida aamulla, koska silloin oli paljon asiakkaita aamukahvia ja suolaisia vitriinituotteita ostamassa. Havainnointia tehtiin myös päivällä myymälä-kahvilan auettua lounastauon jälkeen. Päivällä asiakkaina oli paljon ulkopuolisia asiakkaita ostamassa opetuskeittiöistä tuotuja tuotteita ja jälkiruokakahvin ostajia omasta oppilaitoksesta. Iltapäiväkahvitauolla oli taas ruuhkaista, koska usealle iski tarve päiväkahviin. Luksiassa havainnointiin aamulla kello 9.00 alkaen iltapäivään kello 15.00 saakka, jolloin päiväkahviasiakkaat olivat käyneet.

### 5.2.2 Varian myymälä- kahvilan havainnointi ja tuloksia

Asiakastilojen sisustus oli seiniltä harmaata harkkoa ja ikkunan alareunoissa oli marjapuuron punaiset teippaukset. Radio ei ollut päällä, joten musiikkia tai uutisia ei kuulunut taustalta. Kahvila oli avoinna kello 9.00 - 16.00. Keskellä päivää myymälä-kahvila oli suljettu kello 11.00

- 12.00, jolloin kahvilassa työskentelevät henkilöt pitivät lounastauon.



KUVA 3: Varian myymälä-kahvilan pohjapiirros.

Kahvilatyöntekijän apuna oli yksi opiskelija. Opetusalalla toimiva siviilipalvelusmies auttoi kahvilatyöntekijää tuotteiden valmistuksessa ja myynnissä ruuhkaisissa välituntihetkissä. Työvaatetuksena kahvilassa työskentelevillä oli keittiötyötakit ja mustat housut. Työkengät olivat keittiötyöhön soveltuvat. Opiskelija oli pukeutunut kokkivaatteisiin.

Astuttaessa kahvilaan asiakas näki heti vasemmalla pienen teräsvaunun, mistä hän otti sinisen muovitarjottimen mihin hän keräsi ostoksensa. (Kuva 3.) Tarjottimien jälkeen oli teepussit tiskillä suoraan myyntilaatikosta otettavissa. Seuraavana asiakas otti juomalasin ja kahvikupit suoraan pinnavaunusta. Vaunun jälkeen pöydällä oli pahviset kertakäyttökupit ja -lusikat, makeutusaineet ja sokerit pienissä koreissa paperisten kakkupapereiden päällä. Kahvikone ja vitriinit olivat seuraavana.



KUVA 4: Myymälä-kahvilan linjaston alku.

Vitriineissä oli tuotteet yksittäispakattu joko muoviin tai paperipussiin ja ensimmäisessä vitriinissä oli tarjolla suolaisia ja makeita vitriinituotteita. Tuotteet olivat tarjolla sinisten asiakkaille tarkoitettujen muovitarjottimien ja alumiinisten-, tai teräksisten ruoanvalmistukseen tarkoitettujen GN-astioiden päällä. Tarjolla oli vehnäsämpylöitä, reissumiehiä ja pasteijoita. Toisessa vitriinistä oli kahvimaito, tuotemehut ja Trip - juomat. Vitriinien päällä koreista oli makeiset. (Kuva 4.) Vitriinien jälkeen tultiin kassalle ja kassan jälkeen oli pieni jäätelöallas ja teräsvaunu missä oli tarjolla ”päivän pullia” sinisen tarjottimen päällä. Näiden tuotteiden päälle oli vedetty läpinäkyvä muovipussi kuivumisen estämiseksi.



KUVA 5: Vitriinit.

Myymälä-kahvilan vitriinituotteiden valikoima perustui kahvilanhoitajan päättämään tuotevalikoimaan. Kahvilassa oli mikroaaltouuni, erikois- ja tavallinen kahvikone, kaksi jääkaappia, kaksi pakastinta ja astianpesukone. Kahvilassa myytiin opiskelijaryhmien valmistamia tuotteita.

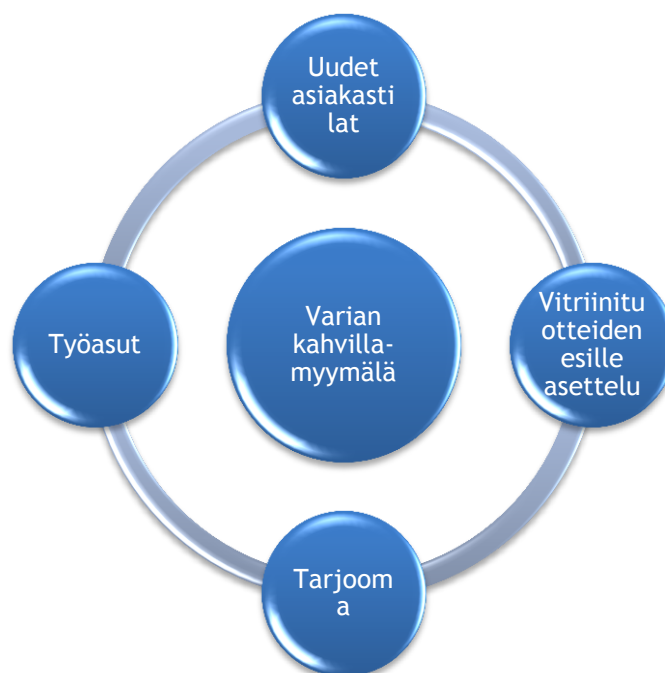
Linjastoa vastapäätä olevalla seinällä oli kylmien ruokien tarjoiluun soveltuvat kylmävitriinikaapit, joissa jokaisessa oli kolme tasoa. Kylmävitriinejä oli kolme. Samalla seinällä oli kaksi kolmikerroksista teräsvaunua, missä oli myytäviä tuotteita tarjolla. Tällä seinällä olevat tuotteet olivat opetuskeittiöissä myyntiin valmistamia tuotteita. Asiakaspaiikkoja ei itse kahvilan puolella ollut, vaan asiakkaat menivät joko opiskelijaruokasaliin tai C-aulan kolmeen pöytään.

Myymälä-kahvila sijaitsee Tennistien toimipisteen C- rapun sisäänkäynnin vieressä, se oli helposti löydettävissä ja sinne oli esteetön pääsy. (Kuva 3.) Kävellessä ulkoa kohti C-rapun ovia ja aula puolen sisäänkäyntiä, voitiin ulkoa nähdä sisään myymälä-kahvilan työtiloihin. Asiakkaalle näkymät eivät olleet houkuttelevat, koska ikkunoista näkyi tiskin takana oleva epäjärjestys ja tilan puute. Myymälä-kahvilaan pääsi kulkemaan kahdelta puolelta, C-rapusta ja opiskelijaruokasalista. Aulasta kahvilaan tultaessa aulan puolella oli kolme pyöreää pöytää, joissa jokaisessa oli viisi tuolia. Pöydillä oli puna-valkokuudulliset likaantuneet pöytäliinat. niissä lojui lehtiä ja likaisia astioita. Aulassa säilytettiin teräsvaunuja ja ne tekivät aulaan epäjärjestyksen tuntua. (Kuva 2.)

Havainnoijan astuessa myymälä-kahvilaan katse kohdistui linjaston takaseinällä olevaan hyllykköön, missä oli erilaisia maljakoita ja pahvisia pakkauslaatikoita. Jääkaappien ovissa olevat valokuvat ja muut kuvat tekivät epäsiistin vaikutelman myymälä-kahvilan siisteydestä ja sisustuksesta. Linjasto oli siisti aamulla, mutta päivällä siihen oli tullut kahvitahroja ja sokerista jauhoa sekä sokeripalojen papereita. Iso teelaatikko oli epäsiistin näköinen, koska pusseja siinä oli enää muutama. Päivällä ja iltapäivällä makeita vitriinituotteita oli ryppyisen muovipussin alla suojassa kuivumiselta. Erilaisia asiakkaille suunnattuja ilmoituksia oli valkoisilla paperiarkeilla, jotka eivät näyttäneet asiallisilta.

Havainnointitilanteissa huomattiin palvelun olevan ystävällistä, tuttavallista ja asiallista kii-reestä ja jonoista huolimatta. Henkilökunnalla oli aikaa vaihtaa kuulumisia asiakkaiden kanssa. Pöydät aulassa ja ruokasalin myymälän päädyssä olivat kahvitahraisia ja likaisia kahvikuppeja näkyi varsinkin C-aulan pöydillä, roska-astioiden päällä ja muutamia oli myös tuoleilla. Aamuruuhkan jälkeen henkilökunta valmisti lisää ruisleipiä. Kylmäkaapeista katsottiin tuotteiden viimeiset myyntipäivät, heitettiin jätteisiin vanhan päiväyksen tuotteita ja alennettiin tarvittaessa edellisen päivän hintoja.

Myymäla-kahvilassa sisusutusta ei juuri ollut ja olemassa oleva oli laitosmainen. Esillä olevat tuotteet eivät olleet houkuttelevasti esillä ja kahvitahrat ja likaiset kupit pöydillä eivät antaneet hyvää kuvaa myymälä-kahvilan toiminnasta. Tuotevalikoima oli suppea ja siellä oli iltapäivällä vain tuoremehua ja ruisleipää. Teevalikoima oli suppea, vihreää ja valkoista eikä yrttiteetä ollut valikoimassa ollenkaan. Henkilökunnan ja apuna olevien opiskelijoiden työvaatteet olivat erilaiset, mikä ei antanut siistiä ”kahvilamaista” tunnelmaa asiakkaille.



KUVIO 6: Varian myymälä-kahvilan kehitettäviä asioita.

Havainnoinnin tulosten pohjalta tehtiin yhteenveto kehitettävistä asioista (kuvio 6). Vitriinituotteiden tarjooma ja esille asettelu, yhtenäiset työvaatteet ja viihtyisät uudet asiakastilat nousivat havainnoitaessa kehitettäviksi asioiksi.

### 5.2.3 Luksian kahvilan havainnointi ja tuloksia

Luksian Nummellan toimipiste on monialainen ammattioppilaitos, jossa on opiskelijoita noin 700. Kahvilassa on paikkoja 35 - 40 henkilölle ja kahvilan asiakkaat ovat pääsääntöisesti Luksia opiskelijoita. Syksyllä koulujen alettua ja alkutalvesta asiakkaita on jopa 200, keskimäärin noin 150 henkilöä päivässä. Lounasaikaan lähiseudulla asuvat eläkeläiset käyvät myös asiakkaana. Kahvila on avoinna maanantaista perjantaihin kello 8.30 - 14.30 ja päivän aikana kahvila on suljettu kello 12.15 - 13.00, jolloin kahvilassa työskentelevät henkilöt pitävät tauon.

Asiakastilojen seinät olivat tummat. Tuoleissa oli punaiset verhoilut ja tummat puuosat. Kahvilan kalusteet oli viilutettu vaalean ruskealla puulla. Väri sopi hyvin asiakastilojen tummiin seiniin. Kahvilassa tuotteet oli kauniisti esillä ja siellä oli panostettu estetiikkaan astioista ja vitriinistä aina tuotteiden esille asetteluun ja henkilökunnan vaatetukseen. Kahvilassa olevat koneet olivat nykyaikaiseen kahvilatoimintaan sopivia. Kahvilasta oli mikroaaltouuni, kaksi erikoiskahvikonetta, jääkaappi, pakastin ja kiertoilmauuni.





KUVA 6: Luksian kahvilan linjastoa.

Saapuessaan kahvilaan asiakas voi jättää halutessaan päällysvaatteensa naulakkoon. Tunnelma kahvilassa oli viihtyisä, rauhallinen ja siisti. Radio oli auki, muttei liian kovalla, äänet eivät häirinneet keskustelua tai lehden lukemista. Saapuessaan kahvilan linjastolle, asiakas näki ensin hinnaston ja kahvilan aukioloajat, mitkä olivat hauskaasti esillä seisovassa standissa. Vesi oli tarjolla heti linjaston alussa. Omasta kauniista lasisesta telineestä otettiin vesilasit, kahvikupit ja niiden aluslautaset sekä kahvilusikat. (Kuva 6.)



KUVA 7: Luksian houkutteleva vitriini.

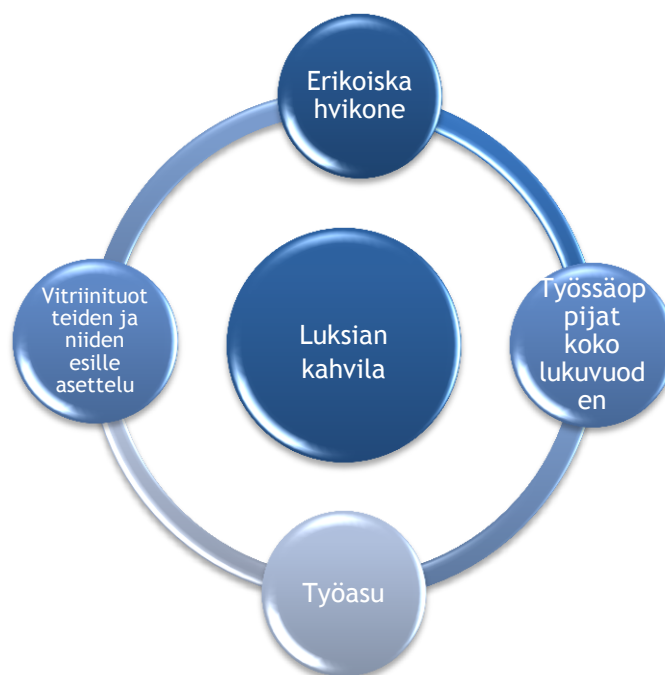


Jatkaessaan matkaa, asiakas sai vitriinistä suolaiset herkut joko omilla lautasillaan kauniisti aseteltuina tai kahvilan työntekijät antoivat tuotteet vitriinistä. Samassa vitriinistä suolaisten tuotteiden kanssa olivat kylmät juomat: appelsiinimehut, kivennäis- sekä lähdevedet. (Kuva 7.) Edetessään vitriiniltä eteenpäin asiakas tilasi henkilökunnalta joko erikois- tai normaalin kahvin tai teen. Matkan jatkuessa makeat tuotteet ja makeiset olivat seuraavana ja viimeisenä asiakas tuli kassalle, mihin maksettiin käteisellä tai maksukortilla. Työvaatetuksena kahvilassa työskentelevillä oli samanlaiset mustat paidat, esiliinat ja housut. Työkengät olivat mustat keittiötyöhön soveltuvat.

Heti sisään astuessaan asiakkaalle tuli levollinen olo, koska kahvilan värit olivat tummat ja rauhoittavat ja kaikkialla oli siistiä. Radion ääni kuului hiljaa taustalta. Linjastossa kaikilla astioilla oli oma paikkansa ja ne olivat siististi aseteltu. Vitriinissä olevat suolaiset ja makeat tuotteet olivat kauniisti esillä. Siistit yhtenäiset työasut viestittävät asiakkaalle heti, ketkä kuuluvat henkilökuntaa.

Vitriini oli houkutteleva, vaikkei tuotteita ollut runsaasti esillä. Henkilökunta lisäsi vitriiniin tuotteita aina tarvittaessa, tällöin vitriini pysyi siistinä ja tuotteet tuoreina. Monipuoliset suolaiset tuotteet tekivät vitriinistä houkuttelevan. Henkilökunta tarjosi kahvin, teen tai kaa-kaon asiakkaalle hänen toiveiden mukaan.

Henkilökunta ja työssäoppijat olivat valmiita palvelemaan hymyilevinä ja kertoivat mielellään erikoisruokavaliota noudattaville asiakkaille heille tarkoitettut tuotteet. Työtilat olivat moitteettomassa kunnossa. Kaikki työtilojen pöydät ja tiskialtaat olivat tyhjiä eikä kahvi- ja mui-takaan tahroja ollut. Asiakastilojen tuolit ja pöydät oli pyyhitty, ja tuolit olivat siististi paikoillaan odottamassa seuraavaa asiakasta.



KUVIO 7: Hyödynnettäviä asioita Luksian kahvilasta.

Yllä olevaan kuvioon (Kuvio 7.) on koottu Luksian kahvilan havainnoinnin pohjalta hyödynnettävät asiat. Varian kahvilan toimintaa suunniteltaessa voidaan hyödyntää Luksian vitriinituotteiden tarjoomaa ja niiden esille asettelu. Erikoiskahvikone ja työssäoppijoiden hyödyntäminen omassa kahvilassa koko lukuvuoden ajan tekee kahvilatoiminnasta asiakaslähtöisempää. Yhtenäisillä työasuilla saadaan luotua asiakkaille kahvilamainen ja huoliteltu mielikuva.

### 5.3 Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä ja toteutus

Teemahaastattelulla on ennakoon määritelty päämäärä, ja sen tulee edetä mutkattomasti. Haastattelija pitää huolen siitä, että kaikki ennakoon päätetyt teema-aiheet käydään haastattelussa läpi. Teemojen laajuus voi vaihdella eri haastateltavien kohdalla. Puhuttaessa avoimesta haastattelusta, haastattelutilanne on keskustelunomainen vuoropuhelu ennakoon pohdituista aiheista. (Eskola & Suoranta 2000, 86.)

Haastattelussa ei käytetä erikoisia sivistyssanoja eikä erikoissanastoa, koska on varmistettava haastateltavan ymmärtävän kysymykset. Kehonkielellä on suuri merkitys tiedon saannin kannalta. Haastattelijan tulee olla helposti lähestyttävä ja kiinnostunut aiheesta, jotta haastateltava kokee tilanteen luottamukselliseksi ja luontevaksi. (Ylikoski 2013.) Teemahaastattelussa huomioidaan mahdollisuuksien mukaan haastateltavien omat tulkinnat. Teemoittelu on aiheen jakamista tai pilkkomista pienempiin osiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47 - 48, 66: Eskola & Suoranta 2000, 86 - 87.)

Teemahaastattelussa voidaan käyttää erityyppisiä kysymyksiä. Avainkysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, jotka ovat haastattelun teemalle keskeisiä. Lisäkysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, joiden on tarkoitus tarkistella vastauksien luotettavuutta. Ylimääräisten kysymysten avulla voidaan siirtyä jouhevasti aiheesta toiseen ja niillä saadaan rytmitettyä haastattelua halutusti. Ylimääräisillä kysymyksillä saadaan luottamus aikaan haastateltavan ja haastattelijan välille. Syventävien kysymysten tarkoitus on täydentää haastattelua. (Ylikoski 2013.)

Litteroinnilla tarkoitetaan laadullisen aineiston tallentamista sanalliseen muotoon. Litterointi voidaan tehdä koko kerätystä aineistosta tai vaikka eri teema-alueiden mukaan. (Hirsjärvi ym. 2010, 222.) Peruslitteroinnilla tarkoitetaan sanatarkkaa haastattelun kopiointia, mistä jätetään pois haastateltavan käyttämät täytesanat ”Tota noin”, ”Niinku” ja niin edelleen. Siitä poistetaan myös äännähdykset, keskeneräiset lauseet ja asiayhteyteen liittymätön teksti. Haastateltavan nauraessa, itkiessä tai näyttäessä muita tunteita, ne lisätään litterointiin. Peruslitterointia käytetään analysoitaessa pääasiassa vain puheen sisältöä. (Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto 2013.)

Haastattelun teemat rakentuivat asiakastytytyväisyyskyselystä nousseista teemoista. Asiakastytytyväisyyskyselyn yhteenvedona voidaan sanoa, että uudella kahvilalla on kysyntää sekä opiskeijoiden että henkilökunnan keskuudessa. Asiakkaat haluavat paikan, missä voivat juoda kahvin rauhassa kahvilamaisessa ympäristössä. Uusilla kalusteilla ja eri opetusalojen osaamisella arvioitiin saatavan aikaan viihtyisät kahvilatilat. Tarjooman monipuolistuminen, tuotteiden hyvä laatu ja niiden esille asettelu, henkilökunnan työasut, aukioloaika, asiakaspalvelu, henkilöstöresurssit ja laitehankinnat nousivat teemoiksi havainnoinneissa ja asiakastytytyväisyyskyselyissä.

Ensimmäinen haastateltava oli Varian Tennistien toimipisteen toimipistevastaava. Toimipistevastaavan toimenkuvaan kuuluu kaikki kiinteistöön liittyvät asiat. Haastattelun teemoiksi nousivat kiinteistön rakenteet, kalusteissa käytettävät materiaalit ja värit, taloudelliset resurssit, kiinteistön huolto, paloturvallisuus ja huomioitavat lait ja asetukset. Toinen haastateltava oli Varian matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opetuslajohtaja. Kahvilan toiminta on opetuslajohtajan vastuualueena. Toisen haastattelun teemoiksi nousivat kahvilan aukioloaika, virtiinituotteiden tarjooma ja esilleasettelu, työntekijöiden vaatetus ja laitehankinnat.

Teemahaastattelut toteutettiin Variassa Tennistiellä haastateltavien omissa työhuoneissa. Haastattelu 1 tehtiin 25.3.2014 kello 12.15 - 13.30 ja haastattelu 2 26.3.2014 kello 12.00 - 13.00. Haastattelujen litterointiin käytettiin älypuhelimien puheentallentajaa, kynää ja paperia. Haastattelut litteroitiin peruslitteroinnin tavoin. Litterointeihin kului aikaa neljä tuntia ja litteraatioissa pyrittiin säilyttämään haastateltavien omat näkemykset. Muutamista lauseista

jätettiin litteroimatta haastateltavan käyttämiä täytesanoja, eikä teemasta poikkeavia lauseita litteroitu.

### 5.3.1 Toimipistevastaavan teemahaastattelun tulokset

Ensimmäinen haastateltava oli Varian Tennistien toimipistevastaava. Toimipistevastaavan toimenkuvaan kuuluu kaikki kiinteistöön liittyvät asiat. Haastattelun teemoiksi nousivat kiinteistön rakenteet, kalusteissa käytettävät materiaalit ja värit, taloudelliset resurssit, kiinteistön huolto, paloturvallisuus ja huomioitavat lait ja asetukset.

”Kaikista muutoksista rakenteisiin pitää tehdä VTKlle eli Vantaan tilakeskukselle.” Kaikista muutosehdotuksista pitää olla selkeät ehdotukset piirroksilla ja kaikkiin muutoksiin haetaan hyväksyntä kiinteistönomistajalta eli VTKlta. Jos esimerkiksi kattoa madallettaisiin, se ei saa vaikuttaa ilmanvaihtoon eikä siellä olevaan jäähdyttimeen. Kaikkiin muutoksiin pitää hankkia kiinteistönomistajalta lupa. Kiinteistönomistaja on Vantaan teollisuuskiinteistöt, se on osa Vantaan tilakeskusta, mutta se on oma itsenäinen yhtiö. Meillä pitää olla suunnitelma ja kuva mitä halutaan ja tietenkin sitä ennen voi olla yhteydessä sinne ja kysyä että onko ennakoon sellaisia asioita mitä pitäisi ottaa jo suunnittelussa huomioon. ”Jos vaikka katon laskeminen olisi ritilämäinen, se ei välttämättä vaikuta edellä mainittuihin asioihin. Katoissa on ulkopuolella joku akustopinnoite, senkin takia on tosi tärkeää kysyä mitä muutoksia on mahdollista tehdä.” Kaikista kiinteistä muutoksista seinistä ym. tulee tehdä suunnitelma ja esittää se VTK:lle, eli kaikkeen pitää saada lupa. Rajattaessa kahvilaa seinäkkeillä ne ovat kalustamista, joten niihin ei tarvita erillistä lupaa kiinteistön omistajalta.

Paloturvallisuus tulee huomioida kaikissa sisustustekstiilien valinnoissa. ”Teippauksista en ole varma, mutta meidän näyttelyrakentajien opettaja osaa vastata tuohon, koska se on sama mitä tarvitaan messurakentamisessa.” Paloturvallisuuteen liittyviä esteitä voisi olla esimerkiksi palo-ovien teippaukset vakuutuksien kannalta ja saako palo-ovia teipata yleensä. Paloturvallisuuteen liittyy ilmastoinnin lisäksi poistumisreittien huomioiminen. Paloturvallisuuden lisäksi huomioitavia lakeja ja asetuksia on työsuojeluun liittyvät asiat. Mymälän puolelle tulevat muutokset pitää miettiä siten, että muutokset ovat toimivia, turvallisia ja terveellisiä. Ei siinä oikeastaan ole muuta. Ei tule muuta mieleen tämän tyyppisessä muutoksessa.

Kiinteistönhuoltoon liittyviä kustannuksia ei seinäkkeet aiheuta, koska niitä ei siirrellä pois paikoiltaan. Ne ehkä vähentävät vähän siivottavaa pinta-alaa. Tässä täytyy huomioida, ettei siivoojat paljon nostele tavaroita. Tietenkin pitää miettiä, ettei seinäkkeiden väleihin jää mitään rakoja, mihin ei pääse tai on vaikea päästä mopilla esimerkiksi seinän ja seinäkkeen väliin. ”C - aulan kalustamisessa täytyy selvittää määräykset vapaista kulkutiloista. Kun on täl-

lainen iso henkilömäärä, esimerkiksi käytävillä ei saa olla sitä kulkureittiä rajaavia kalusteita liikaa. Ne pitää todella huolella miettiä.”

Kalustehankinnoista ja väreistä tuli toive silloin, uuden osan käyttöönotossa, sen suunnitelleet sisustusarkkitehdit toivoivat että sitä suunnitelmaa kunnioitettaisiin, eli heidän valitsemansa materiaalit ja värit huomioitaisiin. ”Mutta kyllä minä olen sitä mieltä, että kaikissa irtoju-tuissa me voidaan päättää mitä siinä on. ”. Isku on Vantaan kaupungin yhteistyökumppani, ja heiltä kysytään tarjouksia kahvikeitaan molempien tilojen kalusteisiin. Iskun vakiokalusteissa on myös erilaisia värivaihtoehtoja, mistä voidaan valita. Koko kiinteistöön tarvitaan eripuolil-le kaikenlaisia kalustehankintoja, tässä kohtaa ei aleta kahvikeitaalle tekemään mitään eri-koistilauksia, vaan pyritään löytämään niistä vakiokalusteista sopivat kalusteet. ”Iskun vakio-kalusteiden värimaailma on runsas, eiköhän sieltä löydy meillekin sopivat kalusteet. Pienillä yksityiskohdilla saadaan sitten esimerkiksi Varian omia värejä esille.” Nyt odotellaan Iskun edustajan saapumista katsomaan keitaaksi tarkoitettuja tiloja ja sen jälkeen hän tekee ehdo-tuksia ja hintatarjouksen. Trumpettipöytiä nyt ainakin tilataan C-aulaan. Niiden korkeus ja koko määräytyy käytössä olevien neliöiden ja poistumisreittien mukaan.

### 5.3.2 Opetuslajohtajan teemahaastattelun tulokset

Toinen haastateltava oli Varian matkailu-, ravitsemis- ja talousalan opetuslajohtaja. Kahvi-lan toiminta on opetuslajohtajan vastuualueena. Toisen haastattelun teemoiksi nousivat kahvilan aukioloaika, virtiinituotteiden tarjooma ja esilleasettelu, työntekijöiden vaatetus, henkilöstöresurssi ja laitehankinnat.

Henkilöstöresurssit vaikuttavat mahdollisuuksiin avata myymälä jo kello 8.00. Myymälä-kahvilassa on vain yksi vakituinen työntekijä. Avattaessa jo kello 8.00 täytyy myymälänhoita-jan tulla töihin jo kello 7.00. Myymälän ollessa auki 16.00 saakka tulee henkilökunnalle liian pitkä työpäivä. ”Kahvilan tuotto pitäisi olla niin suuri että ne henkilöstöresurssit sitten pystyt-täisiin sillä tuotolla kustantamaan. Ja tällä hetkellä Vantaan kaupungilla on sellainen systeemi että ketään ei saa palkata siihen.” Siviilipalvelusmies voisi vuorotella myymälänhoitajan kans-sa, aamu- ja iltavuoroja, tällöin myymälää voitaisiin pitää auki kello 8.00 - 16.00. Varian hen-kilökunta on tottunut käymään ostoksilla työpäivän päättyessä, joten jos myymälä suljetaan jo kello 15.00 jää useita asiakkaita palvelematta. ”Sitä pitäisi kokeilla että mikä se asiakasvir-ta siinä olisi jos se avattaisiin kello 8.00. Sitten taas toisaalta onko järkevää pitää sitä niin kauan auki iltapäivällä?”

Muutoksia mitkä vievät toimintaamme asiakaslähtöisemmäksi voisivat olla myymälänhoitajan kouluttaminen työpaikkaohjaajaksi, jolloin saataisiin hyödynnettyä omaa kahvilaa työssäop-pimispaikkana. ”Voitaisiin myös pohtia, että meillä olisi päivän salaatti ja patonki ja se mak-

saa tämän verran. Annokset tehtäisiin jossain keittiössä ja salaattilista olisi etukäteen suunniteltu ja asiakkailta saatavilla vaikka viikon alussa. Miten me sitten rajataan se pöytiin tarjoilu? Jos istut tässä tarjoillaan pöytiin, jos tuossa hae itse tuotteet kassalta...Jaksaako opiskelijat odottaa pöytiintarjoilua? Onko heillä aikaa odotella sitä? Matka A- rapusta C-rappuun on pitkä ja aikaa vain 15 minuuttia. No sitä pitää miettiä ja kehitellä.”

Työasujen yhtenäistäminen on hyvä pointti kyselyn tuloksista. Työasun pitää näyttää hyvältä isolla ja pienellä henkilöllä sekä sen on oltava helppo hoitoinen. Puolihihainen paita voisi olla paras ratkaisu, koska kahvilassa on viileää syksyllä ja talvella, mutta pitkähiha likaantuu helposti. Vantaan hankintakeskuksesta voidaan tilata paidat ja painattaa omassa oppilaitoksessa Varian logo esimerkiksi paidan selkämykseen. Mietittävää on, pidetäänkö samoja paitoja sekä kevät - kesä että syksy - talviaikaan?

Tarjoomaan voisi lisätä banaaneja, meillä paljon urheilevia nuoria, niiden menekki varmasti olisi hyvä. Jos ei niitä osteta, tehdään niistä opetuskeittiössä rahkaa tai smoothieita, tällöin ne eivät mene hävikkiin. Tuotteet pitäisi aina asetella tarjolla houkuttelevasti. Suklaapatukat voisi ainakin osin vaihtaa proteiinipatukoiksi ja proteiinirahkaa voisi olla myös tarjolla. Leipävalikoimaa on kyllä monipuolistettava, jotta voidaan palvella asiakkaitamme paremmin.

Opetusravintolassa toimivat tarjoiluryhmistä voisi muutama opiskeija olla aina kahvilavuorossa. Tarjoiluopettajat voisivat tehdä työvuorolistan kahvilassa työskentelevistä opiskelijoista aina omalla opetusvuorollaan. ”Ei se muuten pelitä. Lista siitä kuka on ja milloin on ja joka päivälle.” Henkilökunnan työpaikkaohjaajakoulutus tukee hyvin kahvilan toimimista joko työ- ja oppimispaikkana tai harjoittelupaikkana tulevaa työssäoppimista varten. Tuttu ympäristö antaa mahdollisuuden aremmille opiskelijoille harjoitella asiakaspalvelussa toimimista.

”Myymälän opetuskeittiössä valmistettavien tuotteiden myynnistä sen verran, että meille tulee hintalappukone myymälään, jolloin saadaan alennettujen tuotteiden hintalaput siisteinä tuotteiden päälle, ei tussilla sutattuja. Tulee siis tulostin, mihin pystyy mistä vaan opetuskeittiöstä tulostamaan lippulappuja, eli hintalappujen ulkoasu yhtenäistyy ja siistiytyy.”

Laitehankinnoissa tulee vastaan raha eli resurssit. Tässä tullaan taas taloudellisiin resursseihin, että kun niitä ei ole, eli sen verran pitäisi tuottaa kuin mitä siellä kahvilassa on kuluja. Hirveitä ei pystytä investoimaan kun ei ole mitään mistä investoida. ”Se tässä on ärsyttävää, kun ei ole millä investoida vaikka tarpeita olisikin. Suhtaudun hirveän skeptisesti erikoiskahvien menekkiin. Mikä se todellinen menekki oikeasti päivässä on? Jos hirveän isoja panostuksia laitetaan siihen? Onko ne keitaan asiakkaat pääsääntöisesti kuitenkin meidän opiskelijoita? Mikä on opiskelijoiden rahallinen tilanne ostaa erikoiskahveja, ostavatko ne oikeasti niitä? Ostavatko ne mieluummin 0,70 maksavan kahvin ja lisäävät sinne desin maitoa ja saavat sitten cafelatten? Vai tilaavatko ne sen erikoiskahvin joka maksaa ehkä sen 1,50? Ensin on las-kettava kahviannokselle hinta, jotta voidaan pohtia kannattaako myymälään hankkia omaa

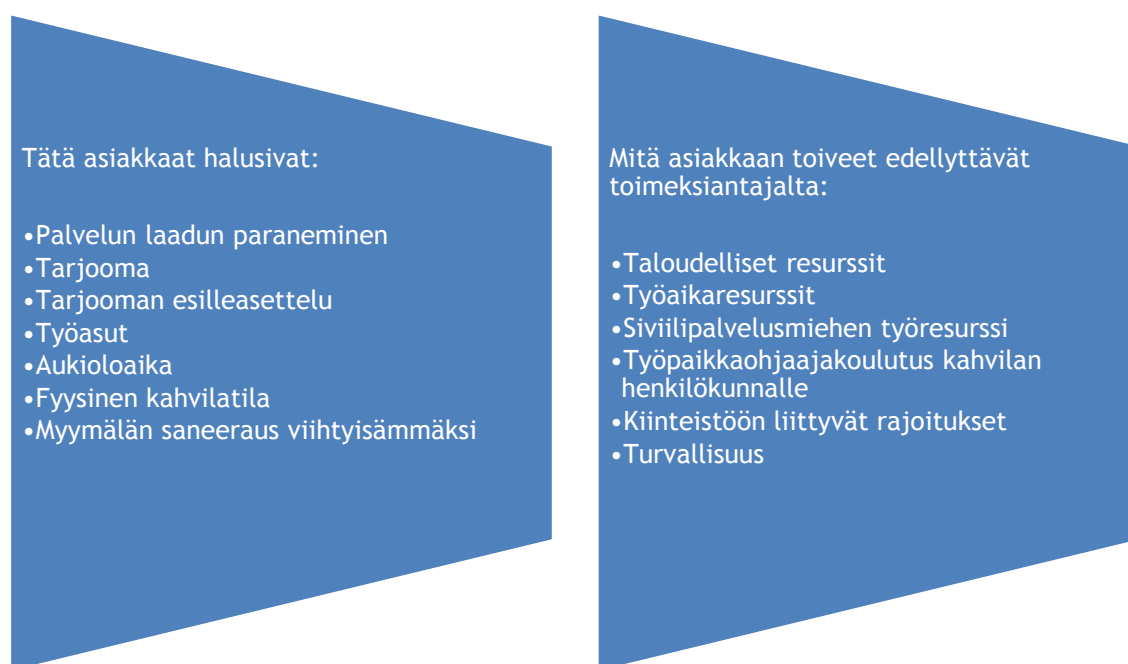
erikoiskahvikonetta. Onko niillä opiskelijoilla aikaa jäädä odottelemaan kahvin tarjoilemista pöytään? Saisiko sen tiskiltä odotellessa?”

Ensin pitää tarjoiluopettajien laskea yhden latten ja cappuccinon hinta, sitten pohditaan mahdollista menekkiä, kauanko latten valmistaminen kestää ja kuka sen sitten valmistaa ja tarjoilee. Ei uuden erikoiskahvikoneen hankintaa poissuljeta, mutta ensi pitää tehdä laskelmia kannattavuudesta. ”Se on oikeasti se menekki, minä näen sen hirmu tärkeänä pointtina tässä asiassa. Helsingin keskustan asiakasprofiili on ihan erityyppinen kuin meillä täällä oppilaitoksessa. Meidän asiakkaat ovat selkeästi meidän opiskelijat. Mitä ne ovat valmiita maksamaan erikoiskahveista?”

Nyt Variassa on sellainen myymälä, missä ei ole ollenkaan pöytätasoja, missä voisi tehdä sämpylöitä, se on iso puute. Täytyyhän tuotteita pystyä valmistamaan paikan päällä. Muita ongelmia ovat astianpesukoneen paikka, linjaston ruuhkautuminen, pöytätasojen ja kaappien puute ja jäteastialle ei ole omaa paikka asiakkaiden silmiltä piilossa. ”Tässä nyt mitä tulee näin heti mieleen, eli paljon olisi tehtävää. Toivottavasti saadaan resursseja muutoksiin. ”Olen tehnyt siitä esityksen, mutten ole saanut vielä vastausta, en tiedä saammeko sitä eteenpäin. Arkkitehti on tulossa katsomaan tilaa, kaikki riippuu rahoituksen saamisesta. Se on isompi suunnitelma.”

#### 5.4 Tulosten yhteenveto

Havainnoinnin, asiakastytyytyväisyyskyselyn ja teemahaastattelujen yhteenvetona voidaan todeta, että Varian myymälä-kahvilan toiminnassa on paljon kehitettävää.



KUVIO 8: Yhteenveto asiakkaiden toiveista ja toimeksiantajan edellytyksistä toteuttaa ne.

Kuvioon 8 on koottu sekä asiakkailta esiintulleet toiveet ja toimeksiantajan edellytykset asiakkaiden toiveiden toteuttamiseen. Kaikkein toimintaan tarvitaan rahaa eli taloudellisia resursseja. Taloudelliset resurssit tulivat esille kaluste- ja laitehankintoja, sisustusta sekä työasuja mietittäessä. Taloudellinen resurssi vaikuttaa myös henkilöstöresursseihin, mikä nousi esille mahdollisuuteen muuttaa myymälä-kahvilan aukioloaikaa. Myymälän tarjooma, sen esille asettelu ja palvelun laadun varmistaminen olivat asioita, mitkä nousivat esille palvelun kehittämisen näkökulmasta. Asiakkaat halusivat päästä eroon laitosmaisesta ympäristöstä ja saada tilalle oikean kahvilan.

## 6 Kehittämisehdotuksia

Asiakaslähtöisyyteen voidaan Varian kahvila-myymälässä vaikuttaa palvelulla ja sen laadulla ja siihen vaikuttaa kahvilan henkilökunta. Teknisillä muutoksilla, joita ovat tilan B katon maldaminen sekä valaisimien käyttö ja molemmissa tiloissa (A ja B) kokonaisilmeen muuttaminen kahvilamaisemmaksi saadaan aikaan viihtyisiä kokonaisuuksia. Kahvilan asiakastilat olisi hyvä tehdä C-aulaan (tila A) sekä opiskelijaruokasalin (tila B) myymälä-kahvilan päätyyn, koska molemmat tilat ovat lähellä myymälää. (Kuva 3.) Jatkossa tässä kappaleessa tiloista käytetään nimityksiä tila A ja tila B. Myymälän pienuudesta johtuen kulku sisään ja ulos tapahtuu samasta ovesta kahvilan molemmista päätyseinistä. Välitunteina myymälään muodostuu jonoa ahtaasta kulkuväylästä johtuen. Toisen sisäänkäynnin lasiseinä voitaisiin muuttaa ”paljetioveksi”, mikä aukeaisi koko seinän mittaisena ja näin kulkeminen myymälä-kahvilassa helpottuisi. Jo palveltu asiakas pääsisi ohittamaan jonon vaivatta. Toinen muutos tulisi linjastoon. Linjasto voisi alkaa molemmista päistä ja kassa siirtyisi keskelle. Kassan ollessa keskellä pystyisi henkilökunta palvelemaan useampia asiakkaita nopeammin.

Kahvikeidastilat A ja B sijaitsevat oppilaitoksessa, missä opiskelee ja työskentelee päivittäin noin 1 400 henkilöä. Matkailu-, ravitsemis- ja talous-alalla (missä myymälä sijaitsee) syntyy paljon melua. Äänet syntyvät metalliastioista ja -vaunuista, koneista, laitteista ja suuresta henkilömäärästä. Osastolla on yhdeksän opetuskeittiötä, varasto, myymälä, opetusravintola ja opiskelijoiden ruokasali, missä ruokailee päivittäin noin 700 opiskelijaa kello 11. 00 - 12.30 välisenä aikana. Oppilaitoksen käytävillä kaikuu, koska käytävät ovat korkeat ja avarat. Kahvikeitaalle halutaan saada mahdollisimman meluton ympäristö, ja materiaalihankinnat suunnitellaan vaimentamaan ääniä. Viherkasvit, tekstiilit ja seinäkkeet pehmentävät kaikuja ja melua. Mattoja ei lattioille voida laittaa niiden helpon likaantumisen ja nopean kulumisen vuoksi.

Tilassa A on kaksi pysyvää seinää ja niiden materiaalina on lasi. Lasista johtuen luonnonvalo valaisee tilaa hyvin. Toinen lasiseinä on sama myymälän sisäänkäynnin ja toinen C-rapun ul-



koeteisen kanssa. Lasiseiniin voitaisiin tehdä opiskelijoille mieleiset teippaukset kulttuurin opetusalan opiskelijoiden toteuttamina. Teippausten teemoina voisi olla esimerkiksi Andy Warhol - tyylistä kasvotaidetta erikoiskahviannoksista, erikoiskahvien nimiä ja kuvia, maailmakartta tai muita nuoriin ”iskeviä” aiheita. Muita pysyviä seiniä tilassa ei ole. Luonnonvalosta johtuen valaistukseksi riittää katossa olevat loistevalaisimet. Tilan B katto voitaisiin madaltaa tekemällä puinen katosta roikkuva ristikko. Ristikko tekisi tilasta tunnelmallisemman, koska katto olisi lähempänä asiakkaita. Voitaisiin hankkia ristikosta roikkuvia valaisimia luomaan lisää tunnelmaa varsinkin syksy- ja talviaikaan.

Tilaan B tulisi hankkia pyörillä liikkuva tarjoilupöytä, mikä olisi umpinainen ja sen sisällä olisi säilytystilaa. Tarjoilupöydässä olisi hyvä olla pyörät, jotta sen paikkaa voidaan vaihtaa tarvittaessa. Tarjoilupöydässä olisi sermi toisessa laidassa, mielellään irroitettava, minkä taakse saataisiin astioiden- ja jätteidenpalautusvaunu. Sermissä voisi olla magneettinen pinta, mihin saatasiin kiinnitettyä esimerkiksi hauskoja kuvia. Tilassa A oleva pylväs voitaisiin vuorata liitutaulumaisella pinnalla, johon voitaisiin esimerkiksi kirjoittaa päivän salaatti ja patonki hintoineen. Myymälässä voitaisiin käyttää kirjoittamiseen soveltuvia erilaisia infotauluja. Kaikki varastotavara tulisi olla piilotettuna ovellisiin kaapistoihin työtilojen takaseinälle. Tuotteiden, joiden pitää näkyä, tulisi kaikkien olla samanlaisissa astioissa tai koreissa. Työtilojen bio- ja sekajäteastioille tulee tehdä ovelliset kaapit, ettei asiakas näe niitä.

Tilaan A tulisi hankkia pyöreitä ja korkeita trumpettipöytiä, mitkä voitaisiin pultata kiinni lattiaan, ettei niitä siirreltäisi pois paikoiltaan. Pöydät pitää olla korkeat, koska trumpettimallinen pöytä alkaa keikkua helposti sillä istuttaessa. Korkea pöytä estää pöydällä istumisen ja näin taataan pöytien pidempi käyttöikä. Pöytien pinnan tulisi kestää kovaa kulutusta ja materiaali tulisi olla helppohoitoinen. Pöytien ympärille voitaisiin hankkia korkeita baarijakkaroita neljä tai viisi kappaletta pöytää kohden. Määrä riippuu siitä, kuinka laajaksi voidaan keidastila aulassa rajata. Liitteessä 11 on kuvattu pöytä ja sen ympärillä tarvittava tila. Lisämelun syntymistä estämään tuoleihin voitaisiin laittaa tarralla kiinnitettävät huopapalat.

Tilan A sisustukseen voidaan helposti suunnitella viherkasveja, koska tila on valoisuudessaan ja avaruudessaan suotuista niille. Tilaan B ei suositella viherkasveja, koska se on opiskelijaruokasali ja viherkasvit keräävät itseensä pölyä ja multahomeita. Pöly ja home voivat tuottaa allergisiareaktioita ruokasalissa ruokaileville henkilöille. Viherkasveja Variassa on jo valmiina, joten ne vain sijoitetaan uudelleen kahvikeitaalle. Viherkasveille voitaisiin hankkia uudet suojaruukut uuden ilmeen antajiksi. Suojaruukkuihin voitaisiin käyttää samoja värejä kuin tuoleissa ja pöydissä. Suojaruukut voisivat olla myös harmaita tai punottuja. Artesaaniopiskeijat voisivat maalata ruukkuihin hauskoja kuvia, silloin ruukut itsessään olisivat taideteoksia. Tilaan A ei voida tehdä aitaa tai muuta selkeää seinäkettä tai sermiä kiinteistöhuoltoseikoista johtuen. Isot viherkasvit voisivat toimia hyvin tilan rajaajina.

Vastaavasti tilaan B on helppo rakentaa seinäkkeet, koska siellä ei ole mitään esteitä. Tilasta otettu video on Youtubessa osoitteessa <https://www.youtube.com/watch?v=RpoVuLiWAVU>.

Tilaan B voitisiin ottaa Askon (Asko on Vantaan kaupungin kalustetoimittaja) standardimallista pyöreitä matalia trumpettipöytiä ja malliin sopivat tuolit. Tuoleissa voisi olla väriä, millä saadaan uutta ilmettä B tilaan. Tuolien selkä- ja istuinosa tulisi olla helposti puhditettava kovan kulutuksen vuoksi. Istuimen väriä valittaessa tulisi huomioida, osan asiakkaista käyttävän työsalivaatteita, joissa voi olla maalia, rakennuspölyä ja laastia.

Trumpettipöydät ovat myös tilassa B käytännölliset, koska pyöreään pöytään mahtuu useampia tuoleja kuin kulmikkaaseen pöytään. Tilan rajaajina muusta opiskelijaruokasalista voidaan käyttää näyttelyrakentajien rakentamia seinäkkeitä. Seinäkkeitä voidaan vaihdella juhla-teemoittain esimerkiksi jouluna ja vappuna tai muiden teemojen mukaan esimerkiksi valmistujaisjuhlien kahvitus.

Pöytäliinoilla saadaan hyvin vaihtelua sekä A että B tilojen ilmeisiin. Pöytäliinoja voidaan ommella vaatetusosastolla, näin tuodaan esiin Varian omaa osaamista. Puna-valkokuudullinen pöytäliina sopisi hyvin Varian harmaaseen perusväriin. Sini-valkoiset ja vuodenaikojen eri teemoihin ommellut pöytäliinat antavat todella helposti muunneltavuutta asiakastilaan. Led-kynttilöitä talviaikaan, erilaisia lasiastioita täytettynä kahvinpavuilla, kaktuksilla tai pääsiäismunilla luovat viihteisyyttä.



KUVA 8: Varian logo.

Serviettien perusväri voisi olla Varian sininen (kuva 8.) ja sesonkeina serviettien värejä vaihdellaan. Musiikkia voitisiin laittaa soimaan ainakin B tilaan. Kaiuttimet voisivat olla upotettuina seinäkkeiden sisälle. Soitettavaa musiikkia voisivat eri luokat suunnitella vuorollaan, vaikka viikottain soitettaviksi. Opiskelijakunta voisi organisoida soittolistavuorot. Metallin opetusosalalla voitaisiin valmistaa hauskoja lehtitelineitä ja roska-astiat sekä A että B tiloihin. Lehtien tilaamisesta ja niiden säilytyksestä voisi opiskelijakunta huolehtia. Erilaiset pelejä voitisiin hankkia B tilaan ja seinäkkeisiin voitaisiin upottaa kiinteäksi peliksi risti-nolla-tyylisiä pelejä.

Vitriinituotetarjoomasta voitaisiin suunnitella lista, johon tulee valmistettavat suolaiset ja makeat tuotteet. Listassa olisi valmistettavat tuotteet, niiden valmistajat (opettajat) ja päi-

vät esimerkiksi viikottain tai jaksoittain. Nuorisotyöntekijä ja koulunkäyntiavustajat voisivat tehdä listan kesällä, kun opiskelijoista johtuvia akuutteja kiireitä ei enää ole. Lista varmistaisi päivittäisen tuotteiden riittävyyden ja tarjooman vaihtelevuuden, juuri sitähän asiakastyytyväisyyskyselyssä toivottiin! Voitaisiin miettiä ”Päivän salaatti patongilla” -tuoteita sellaiseen hintaan, minkä opiskelijat pysyivät myös maksamaan. Viikottainen lista voisi löytyä Fronterista, ilmoitustauluilta ja tv-ruuduilta. Salaattilistan voisivat suunnitella ensimmäisen vuosiluokan opettajat.

Sämpylöille ja leiville voitaisiin kesällä suunnitella myös oma yhden tai kahden viikon mittainen tuotelista, missä olisi päivittäin eri sämpylälajeja ja tummia leipiä eri täytteillä. Tämä lista olisi kahvilahenkilökunnan käyttöön. Listasta he näkisivät tilattavat raaka-aineet eri päiville. Tämä lista takaa samalla tarjooman vaihtelun toiseksi eniten myytävässä tuotteessa eli leivässä. Sämpylöitä voitaisiin tehdä opetuskeittiöissä ja tilata esimerkiksi rustiikki- ja jyväsämpylöitä raaka-pakasteena Myyrmäen toimipisteestä leipureilta. Tarjoomaan voisi lisätä banaaneja (ja muita hedelmiä) ja rahkoja. Suklaapatukat voisi ainakin osin vaihtaa proteiinipatukoiksi ja proteiinirahkaa voisi olla myös tarjolla.

Tuotteiden esille asetteluun tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Siniset tarjottimet ja GN-astiat voitaisiin korvata lasi- ja teräslautasilla, erilaisilla vadeilla, koreja voisi olla erilaisia ja katosta voisi laittaa roikkumaan lasipalloja, missä olisi esimerkiksi suklaat tarjolla. Kaikki paperilla annettava informaatio (menut, hinnat) tulisi olla tarkoin suunniteltuja, koneella kirjoitettuja ja laminoituja A4 tai A3 kokoisia. Paperin taustalla oleva kuva voisi olla sama kaikissa. Graafisensuunnittelun opiskelijat voisivat suunnitella ja toteuttaa pohjakuvan.

Pop Up-kahvilan pystyttämistä tai kahvivaunua voitaisiin miettiä toteutettavaksi A-rappuun esimerkiksi kello 9.00 ja kello 14.15 tauoilla. Matka A-rapusta C-rappuun on pitkä. Saadesaan kahvia ja leipää A-rappuun tarjoiltuna, jäisi opiskelijoille mahdollisuus nauttia kahvia rauhassa ja palvelu olisi näin asiakaslähtöisempää. Kahvivaunua voisi hoitaa työssäoppija kahvilatyöntekijän ohjauksessa. Työssäoppimisen ohjaajakoulutus voitaisiin toteuttaa kahvilan vakitukselle henkilökunnalle. Ohjaajakoulutus mahdollistaisi työssäoppijoiden mahdollisuuden toimia kahvilassa työssäoppijoina koko lukuvuoden ajan. Työssäoppijasta olisi suuri apu tuotteiden valmistuksessa, esille asettelussa ja kaikessa kahvilan toiminnassa.

Tarjoilijaopiskelijat työskentelisivät päivittäin omalla vuorollaan kahvilassa. Ravintolasalissa tarjoiluvuorossa olevasta ryhmästä voitaisiin nimetä joka päivälle muutama opiskelija työvuoroon kahvilaan. He voisivat hoitaa työssäoppijan kanssa kahvilavaunun tai pop up-kahvilan toiminnan A-rapusta työpaikkaohjaajan tai tarjoilijaopettajan ohjauksella. Kahvilan pöytien siisteys sekä jäätelö- että erikoiskahviannoksien valmistaminen asiakkaille kuuluisi myös heidän työnkuvaansa.

Laitehankintoja mietittäessä ovat erikoiskahvi- ja jäätelökone etusijalla. Erikoiskahvien hinta tulisi laskea ja menekki arvioida ja sen jälkeen miettiä onko erikoiskahvikone tarpeellinen. Itsevalmistettu jäätelö tuo tarjoomaan lisäarvoa. Tarjoiluopettajat voisivat suunnitella oman menun jäätelöannoksista ja samaan listaan voisi suunnitella muutamia erikoiskahveja, mitkä voitaisiin valmistaa ravintolankeittössä, missä erikoiskahvikone on jo olemassa.

Uutta aukioloaikaa tulisi kokeilla. Kahvilan voisi aueta jo kello 8.00, tällöin asiakkaat ehtisivät ostaa itselleen aamupalan ennen koulun tai työn alkua. Asiaa voitaisiin kokeilla siten, että kahvilatyöntekijä ja siviilipalvelusmies vuorottelevat aamuvuorossa. Työaika olisi kello 7.00 - 15.00 tai kello 8.00 - 16.00.

Kahvilan työntekijälle ja siellä työskenteleville opiskelijoille tulisi hankkia yhtenäiset työasut. Yhtenäisillä työasuilla saataisiin kahvilamainen tunnelma ja henkilökunta erottuisi asiakkaista. Paitoja tulisi tilata useampia ja kooltaa erilaisia, koska niiden käyttäjät vaihtuvat. Vantaan Hankintakeskuksesta voitaisiin tilata paidat, puolihihaiset hyvälaatuiset t-paidat ja niihin voitaisiin painattaa Varian logo selkään tai rintaan. Paitojen väri tulee miettiä tarkoin, koska ne ovat kovassa käytössä. Paitoja pestään usein, tarvitaan siis materiaali ja väri mikä kestää hyvin kulutusta. Mustia pitkiä esiliinoja tulisi tilata myös riittävästi.

## 7 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli kehittää toimivia ehdotuksia Varian Tennistien toimipisteen kahvilan toiminnan kehittämiseksi asiakasystävällisemmäksi. Kehittämisprosessissa käytettiin apuna kolmea tutkimusmenetelmää. Tutkimusmenetelmät olivat asiakastytyväisyyskysely, teemahaastattelu ja havainnointi.

Havainnointia tehtiin Luksian Nummolan toimipisteessä ja Varian Tennistien myymäläkahvilassa. Luksia valittiin, koska se on ammatillinen oppilaitos, missä on erittäin viihtyisä ja toimiva kahvila. Luksian Nummolan toimipisteessä on myös marata-opetusala. Havainnoinneista saatiin pohja asiakastytyväisyyskyselyn teemojen valintaan. Havainnoinneissa tuli esiin Luksian vahvuutena vitriinituotteiden tarjooma ja esilleasettelu, työssäoppijat kahvilan toiminnassa, henkilökunnan työasut ja erikoiskahvikone. Varian kahvilan havainnoinnista saatiin kehitettäviä asioita tarjoomaan ja sen esille asetteluun, henkilökunnan työasuihin, aukioloaikaan, asiakas- ja työttilojen viihtyvyyden parantamiseen ja laitehankintoihin.

Asiakastytyväisyyskyselyllä haluttiin saada selville myymäläkahvilan toiminnan vahvuudet ja kehittämisen kohteet. Asiakastytyväisyyskyselyt tehtiin syksyllä 2012 ja keväällä 2013. Kyselyssä oli vain avoimia kysymyksiä. Ajankohdiksi valittiin kevät ja syksy, koska haluttiin saada riittävän laaja otanta asiakkaista. Asiakastytyväisyyskyselyyn vastanneiden määrää voidaan pitää onnistuneena, ja saaduista vastauksista saatiin paljon hyödyllistä tietoa asiakkaiden toi-

veista. Kyselyn vastauksista nousi esiin teemat teemahaastatteluhin ja tuleviin kehittämisehdotuksiin.

Asiakastyytyväisyyskyselyn kysymykset eivät olleet täysin onnistuneita. Avoimien kysymysten määrää olisi pitänyt rajata ja osasta kysymyksistä olisi pitänyt tehdä stukturoituja. Avoimissa kysymyksissä vastaajilla oli mahdollisuus vastata liian suppeasti. Esimerkiksi 15 - 20-vuotiaiden ryhmän vastaus ”Ihan ok” -voidaan tulkita samaksi kuin yli 35 vuotiaiden ryhmän vastaus ”Hyvä”. 15 - 20-vuotiaiden ”Aku Ankka” ja naisten alapäätä koskevat vastaukset eivät auttaneet kehittämisehdoksissa. Naiset vastasivat vuolaammin kaikissa ikäryhmissä ja yli 35-vuotiaiden ryhmän vastaukset olivat monisanaisempia kuin muiden ikäryhmien.

Voidaan kuitenkin todeta, että asiakkaat ovat tyytyväisiä ystävälliseen asiakaspalveluun mutta kehitettävää oli paljon tarjoomassa ja palveluympäristössä. Myymälä-kahvilan asiakaspalvelu sai eniten positiivista palautetta ja vähiten tarjooma ja asiakastilojen puute ja laitomainen miljö. Myymälä-kahvilassa tarjottavat leivät saivat paljon kritiikkiä ja niihin haluttiin muutoksia. Opinnäytetyössä asetettu tavoite asiakkaiden antamasta kehittävästä palautteesta ja toiveista täyttyi tältä osin.

Asiakastyytyväisyyskyselystä esiin nousseiden kehitettävien teemojen avulla laadittiin teemahaastattelukysymykset. Haastattelujen teemoiksi nousivat resurssit, paloturvallisuutekijät, kiinteistöön liittyvät haasteet, myymälä-kahvilan tarjooma, tarjooman esille asetelu, asiakaslähtöisyys, henkilökunnan työvaatetus, aukioloaika ja asiakastilojen viihtyvyys.

Asiakastyytyväisyyskyselyiden, havainnoinnin ja teemahaastattelujen pohjalta saatiin paljon kehittämisehdotuksia Varian Tennistien myymälä-kahvilan kehittämiseksi. Kehittämisehdotuksien tavoitteena oli lisätä Tennistien kahvilan tunnelmaa. Kehittämisehdotuksista olisi toimeksiantajan helppo poimia toteutettavissa olevat muutokset.

Opinnäytetyö prosessi on kestänyt kauan ja osa kehitettävistä asioista on otettu jo käytäntöön. Biojäteastia ja omien kahvikuppien käyttöönotto on aloitettu. Askolle on tehty tarjouspyyntö tilojen A ja B pöytien ja tuolien malleista ja väreistä. Seinäkkeet ovat tekeillä ja teipauksia suunnitellaan. Myymälään on suunnitteilla uudet kaapistot takaseinälle, pöytätaaso ja kaapit jäteastioille. Tämä luo uskoa siihen, että pienillä muutoksilla saadaan viihtyisä kahvila Tennistielle. Tavoitteena on, että opiskelijoiden tullessa takaisin kouluun syksyllä 2014 Tennistiellä olisi kaksi uutta asiakastilaa ”keidasta”, missä asiakkaat voivat viettää aikaa viihtyisässä ympäristössä.

Teoreettinen viitekehys tuki kehittämistehtävää. Toimeksiantajalla Varialla on oppimiskäsitksenä tekemällä taitajaksi. Kahvikeitaitaan luomisessa tullaan toteuttamaan ulkopuolisen yrityksen kanssa yhteistyötä opetusalojen rajoja ylittävää yhteistyötä. Lopputulokseksi on saatu kirjaimellisesti ”Tekemällä taitajaksi”.



## Lähteet

- Kaukonen, K. 2012. Maanantaista parempi päivä. Toimistotilojen muuttuvuus ja työhyvinvointi. Lahden ammattikorkeakoulu. Muotoilu- ja taideinstituutti. Muotoilun koulutusohjelma AMK. Opinnäytetyö.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 8.painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Arantola, H. ja Simonen, K. 2009. Palvelemisesta palveluliiketoimintaan - asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Takes.
- Hemmi, M., Häkkinen, U. ja Lahdenkauppi, M. 2008. Avec asiakaspalvelua ravintolassa. 6. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit.
- Gröönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 4. painos. Juva: WS Bookwell.
- Hirsijärvi, s., Remes, P. ja Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. 15 - 16. painos. Helsinki: Tammi.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.
- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WSOY.
- Bergström, S ja Leppänen, A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima.
- Peltonen, A. 2011. Kunnioita asiakasta, lisää luottamusta. Hämeenlinna: Kariston kirjapaino.
- Rihlana, S. 2000. Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa. Rakennustieto. Hämeenlinna: Karisto.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaiset osaamista liiketoimintaan. 1. Painos. Helsinki: WSOY.
- Harris, E. 2014. Customer Service. A Practical Approach. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kannisto P. ja Kannisto, S. 2008. Asiakaspalvelu. Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.
- Leppänen, E. 2007. Asiakaslähtöinen myynti. Jyväskylä: Gummeruksen kirjapaino.
- Gröönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palvelulla. 4. uudistettu painos. Porvoo: WSOY.
- Raita, H. 2002. Asiakaslähtöinen palvelu: Case Vantaan kaupungin asuntotoimi. AMK- opinnäytetyö. Sosiaali- ja terveysala. Sosiaalialan koulutusohjelma. Yhteiskuntapalvelutoiminta. Laurea ammattikorkeakoulu Vantaa - instituutti. Opinnäytetyö.
- Arike, S. 2007. Peijaksen sairaalan kahvion asiakastytyvyisyys. Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Laurea ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.
- Varia. 2006. Yleisesite.
- Sähköiset lähteet:
- UIAH. 2013. Käyttäjälähtöinen suunnittelu. Viitattu 23.2.2014.

[http://mlab.uiah.fi/polut/Yhteiskunnalliset/lisatieto\\_kayttajalahtoinen.html](http://mlab.uiah.fi/polut/Yhteiskunnalliset/lisatieto_kayttajalahtoinen.html)

Kajaanin ammattikorkeakoulu. 2013. Opinnäytetyöpakki. Viitattu 2.3.2014.  
<http://193.167.122.14/Opari/ontTukiKeruuHavannointi.aspx>

Yhteiskuntatieteen tietoarkisto. 2013. Menetelmäopetuksen tietoarkisto. KvaliMOTV. 6.3.2. Teemahaastattelu. Viitattu 2.3.2014.  
[http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_2.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_2.html)

Vantaan ammattiopisto Varia. 2012. Hyvinvoiva Varia 2012 - 2015. Viitattu 18.2.2014.  
<https://fronter.com/vantaa/main.phtml>

Vantaan kaupunki. 2012. Vantaan ympäristöpolitiikka 2012 - 2020. Viitattu 18.2.2014.  
[https://www.vantaa.fi/instancedata/prime\\_product\\_julkaisu/vantaa/embeds/vantaawwwstructure/80032\\_ymparistopoliitiikkaesite\\_nettiin.pdf](https://www.vantaa.fi/instancedata/prime_product_julkaisu/vantaa/embeds/vantaawwwstructure/80032_ymparistopoliitiikkaesite_nettiin.pdf)

Vantaan ammattiopisto Varia. 2013. Kestävän kehityksen strategia 2013 - 2015. Viitattu 18.2.2014.  
[https://fronter.com/vantaa/links/files.phtml/53036df2ce084.1414158953\\$160954245\\$/Strategia+ja+ohjelmat/keke\\_strategia\\_2013.pdf](https://fronter.com/vantaa/links/files.phtml/53036df2ce084.1414158953$160954245$/Strategia+ja+ohjelmat/keke_strategia_2013.pdf)

Käyttäjälähtöinen suunnittelu (user- centred design). 2012. Viitattu 22.4.2014.  
[http://mlab.uiah.fi/polut/Yhteiskunnalliset/lisatieto\\_kayttajalahtoinen.html](http://mlab.uiah.fi/polut/Yhteiskunnalliset/lisatieto_kayttajalahtoinen.html)

Kontio, H. 2014. Tila B . You tube video. Viitattu 21.3.2014.  
<https://www.youtube.com/watch?v=RpoVuLiWAVU>

Ojega. 2014. Viitattu 2.5.2014  
[https://www.google.fi/search?hl=fi&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=667&q=limoviikuna&oq=limoviikuna&gs\\_l=img.12..0l5j0i24l5.1884.3587](https://www.google.fi/search?hl=fi&site=img&tbm=isch&source=hp&biw=1366&bih=667&q=limoviikuna&oq=limoviikuna&gs_l=img.12..0l5j0i24l5.1884.3587).

Silkkikukkatukku Roxy. 2014. Viitattu 2.5.2014.  
<http://www.silkkikukka.fi/tuotteet/viirivehka-53-cm>

Julkaisemattomat lähteet:

Ylikoski, T. 25.2.2013. Videoluento. Laurea - ammattikorkea koulu. Lohja.

Laurea ammattikorkeakoulu. 25.1.2013. Kehittäminen, tieto ja tutkimus. F7023 Innovatiivisen toiminnan lähtökohdat. Diaesitys.



## Kuvat

KUVA 1: Limoviikuna ja viirivehka. ....	13
KUVA 2: C- aulatila kuvattuna ennen kehittämisehdotuksia. ....	15
KUVA 3: Varian myymälä-kahvilan pohjapiirros. ....	27
KUVA 4: Myymälä-kahvilan linjaston alku. ....	28
KUVA 5: Vitriinit. ....	29
KUVA 6: Luksian kahvilan linjastoa. ....	32
KUVA 7: Luksian houkutteleva vitriini. ....	32
KUVA 8: Varian logo. ....	42

## Kuviot

KUVIO 1: Asiakastyytyväisyyskyselystä kehittämisehdotuksiin. ....	16
KUVIO 2: Eri ikäryhmien vastausprosentit. (n = 213) .....	19
KUVIO 3: Vastaajien mielipiteet työntekijöiden työvaatetuksesta (n = 213).....	21
KUVIO 4: Neljä eniten toivottua tuotetta tarjoamaan. (n = 213) .....	22
KUVIO 5: Kestävän kehityksen-periaatteen näkyminen myymälä-kahvilan toiminnassa prosentteina. (n = 213) .....	24
KUVIO 6: Varian myymälä-kahvilan kehitettäviä asioita. ....	31
KUVIO 7: Hyödynnettäviä asioita Luksian kahvilasta. ....	34
KUVIO 8: Yhteenveto asiakkaiden toiveista ja toimeksiantajan edellytyksistä toteuttaa ne.	39

## Liitteet

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselyn saatekirje .....	52
Liite 2 Varian asiakastyytyväisyyskysely .....	53
Liite 3 Asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia palvelun laadusta .....	55
Liite 4. Asiakkaiden kehittämisehdotuksia aulatilaan ja pöytiin .....	57
Liite 5. Millaiseksi koet tunnelman kahvila - myymälässä? .....	58
Liite 6. Millainen on mielestäsi myymälä-kahvilan siisteys? .....	59
Liite 7. Asiakastyytyväisyyskyselyn ”Vapaa sana” .....	60
Liite 8. Teemahaastattelukysymykset haastattettava1 .....	62
Liite 9. Teemahaastattelukysymykset haastattettava 2	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
Liite 10. Varian myymälä-kahvilan ja ympäristön pohjakuva. ..	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
Liite 11. Pöytä ja toimintoja.....	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskyselyn saatekirje

**Asiakastyytyväisyyskysely Tennisten toimipisteen kahvila-myymälän toiminnasta**

Opiskelen Laurean ammattikorkeakoulussa Leppävaarassa, Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelmassa.

Opinnäytetyöni aiheena on Varian Tennistien kahvila-myymälän toiminnan kehittäminen asiakaslähtöisemmäksi. Työni pohjana käytän asiakastyytyväisyyskyselyä. Saadakseni opinnäytetyöhöni luotettavaa tietoa, pyydän Sinua vastaamaan kyselyyn. Kyselyyn vastaaminen vie Sinulta noin 15 minuuttia. Saamani tiedot käsittelen luottamuksellisesti.

Kyselyyn voi vastata 24.5.2013 saakka. Antamasi vastaukset ovat minulle todella tärkeitä opinnäytetyöni onnistumisen vuoksi. Kiitos Sinulle etukäteen osallistumisestasi!

Terveisin

Hanna Kontio, restonomiopiskelija

MaRaTa- ala tuntiopettaja

puh. 050 304 3860

Liite 2 Varian asiakastyytyväisyyskysely

Ammattiopisto Varia Kahvila- myymälä asiakastyytyväisyyskysely

**ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY**

Taustaa:

Olen:        mies                    nainen

Ikäni on: 15 - 20                21 - 35                35 -

1. Millaista palvelua koet saavasti Tennistien kahvila - myymälässä?
2. Millainen on mielestäsi kahvila - myymälän tunnelma?
3. Mikä on mielipiteesi kahvila - myymälän aukioloajoista? ( omia toiveaikoja?)
4. Millainen työasu mielestäsi kahvila- myymälän henkilökunnalla pitäisi olla?
5. Millaista on mielestäsi kahvila-myymälän siisteys?
6. Millaiseksi arvioisit myytävien tuotteiden laadun?
7. Mikä on mielipiteesi myytävien tuotteiden hinta-laatusuhteesta?
8. Millaisena koet kahvila-myymälän viihtyisyyden?

9. Millainen mielestäsi kahvila- myymälän sisustus on?

10. Miten kahvila-myyvälän sisustusta voitaisiin muuttaa tai parantaa?

11. Millaisia kehittämissuhteita sinulla on kahvilan aulatilän viihtyvyyden lisäämiseksi ?

12. Miten kestävän kehityksen - periaate on mielestäsi huomioitu kahvilan toiminnassa?

13. Vapaa sana

Kiitos vastauksesta!

Liite 3 Asiakastyytyväisyyskyselyn vastauksia palvelun laadusta

Hyvää

Loistavaa

Ok

Huonoa

Kohtalaista

Voisi olla parempaa

Hidasta

Hieman tyyneä

Ihan kamalaa

Vitun hyvää

Paskaa

Nopeaa

Ei vastannut

Ei käytä kahvilaa

Asiattomia

Kommentteja:

Riippuu päivästä: myyjä todella tyyneä tai harvemmissä tapauksissa iloinen

Melko vaihtelevaa; välillä iloista ja välillä kiukkuista palvelua

Ihan hyvää, välillä tyyneä, mutta yleensä ystävällistä

Hyvää, voisi parempaakin olla

Palvelussa parantamisen varaa

Melko hyvää, kun itse on tyytyväinen saa hyvää palvelua

Riittävää, nopeaa ja ystävällistä

Tylyä ja tyyneä

hyvää ja iloista

Ihan tylyä palvelua, parantamista

Huonoa, asioin kassalla ja myyjä puhuu puhelimeen

Epäselvää, myyjä ei puhu selvästi

Ei mitään kummallista, tosi vähän käyn siellä

Iloista ja mukavaa palvelua

Hidasta, koska pankkikorttikoen on hidas

Aika surkeaa

välillä jutellaan, välillä hiljaista

En käytä kun ei oo rahaa

Parasta; Tahere ( sydän)

Vähän tylyä, muuten ok

Mukavaa ja rentoa palvelua

Hyvää palvelua, useimmiten Tahere on ystävällinen ja mukava

Mukavaa

Viime vuonna kahvilanainen oli epäkohtelias, mutta tänä vuonna palvelu on ollut hyvää

Aika ihanaa

Ei hirveän ystävällistä



#### Liite 4. Asiakkaiden kehittämisehdotuksia aulatilaan ja pöytiin

Voisiko siihen lisätä pöytiä jotta kahvila ikään kuin siirtyisi siihen?

Siis sisääntuloaulaan. Miksi siellä on kauhea kärrypöytäarmeija aina? Kuka hoitaa aulan pöytiä, Erittäin epäsiistiä.

Näytsit, kuvallinen ilmaisu, maalarit ja ompelijat kukaan ideoimaan.

Pöytiä olisi syytä pyyhkiä välillä. Kukkia, värikkäät tabletit.

Siellä on kolme likaista pöytää, paljon pöytiä mennyt rikki, miksei uusia tilalle?

Ne tulisi olla ehkä paremmin esillä tai lähempänä itse kahvilaa, että asiakkaat käyttäisi pöytiä enemmän!

Esim. pääsiäisenä ja vappuna värit vaihtuisi pöydille värillisä liinoja, välillä voisi olla kukkia tulisi viihtyisämpää.

Pöydät ojoon, pöydille koristeita ym. maalaus tms. työ esille.

Voisi olla jotain esim. mihin palautetaan astiat. Voisi olla yhtenäinen, että alue ja kahvila sopivat yhteen.

Aula on aika harmaa ja ”likainen”, pöydät on rikki, kukaan ei hoida aluetta, tiskiä, Maratan vaunuja.

Koristeita, pöytäliinoja, kukkia, sohvia ja sohvaryhmiä, lasilevyt.

Lisää istumapaikkoja ja pöytiä, pieniä ryhmiä useassa

Jotain mikä tekisi tilasta yhtenäisemmän, siistin, pöydät ja tuolit, väriä, pehmeyttä.

Niitä on vaikea mieltää kahvilan pöydiksi, voisivat olla lähempänä.

Pöytäliinat ja pöytäkoristeet useassa

Useassa: pöydät voisi merkitä kahvilaksi--- tehdä alue ja julisteita/mainoksia /standeja

Useassa: aulan pöydät epäsiistejä

Laajentakaa!!!

Marimekon servietit ja pöytäliinat.

Lehtiä useassa

Palautuspiste (useassa vastauksessa)

Liite 5. Millaiseksi koet tunnelman kahvila - myymälässä?

Ihan jees

Ok

Hyvä

Mukava

Pirteä

Rauhallinen

Rento

Reipas

Tympeä

Ankea

Likainen

Masentava

Tylsä

Ei tunnelmaa

Sairaalamainen

Sekava

Ahda

Kiireinen

Parempi sisustus

Tahere on hyvin läheinen ja kysyy aina kuulumisia

Tavallinen

Vaihteleva

En käy

Ei vastannut

Liite 6. Millainen on mielestäsi myymälä-kahvilan siisteys?

Hyvä

Jees

Siisti

Ihan ok

Jätte bra

Välillä likaista

Linjaston takaosaa voisi vähän siistiä ja laittaa ylimääräiset tavarat pois näkyvistä

Tiski usein tosi sotkuinen

Ei näytä siistiltä

Likainen

Pöydät likaisia

Voisi olla siistimpi

kohtalainen

ei käy

Ei vastannut

En osaa sanoa

Liite 7. Asiakastyytyväisyyskyselyn ”Vapaa sana”

Kahvila: Pitää saada kahvipöydät, joissa on kahvilan tunnelma, siirtyminen ruokapöytiin karsi asiakkaita en enää käy siellä koskaan kahvilla.

Yhteisöllisyys: Henkilökunnalla pitää olla kahvilatila, jossa saapi hetken jutella ja nauraa, kuten silloin kun kahvila oli alhaalla.

Kinkku ja meetvursti leipiä on paljon enemmän kuin kasvisvaihtoehtoja tai kala- ja kana vaihtoehtoja.

Kahvila kahvilana ja muille oma myymälä.

Työntekijöitä: Miksi yksi ihminen hoitaa yksin kaiken? Ällöttää ajatella. Pitäisi olla oikea kahvila, jossa oppilaat töissä harjoittelemassa ja palvelua!

Voisiko olla kahvi ja kahvi- ja sämpylä - lipukkeita, joita voisi ostaa 10 kpl nipuissa? Nopeutaisi aamuruuhkaa kun löis piikkiin lipun...

Taherelle olisi hyvä saada apua opiskelijoista tms, jotta hän ehtisi joskus käydä syömässä/tauolla. Tahere on niin kiltti, että hän palvelee meitä oman hyvinvointinsa kustannuksella. VALTAVAN ISO KIITOS TAHERELLE!

Tovottavasti nämä asiat otetaan huomioon!!! Kiitos! USEASSA

Kiitos jo etukäteen

En siellä paljoa käy koska kallista.

TAHERELLE TERKKUJA☺ (Useassa vastauksessa)

Mielestäni kahvilan toimina on hyvä nyt.

Tahere on kiva☺

Kahvilan vanhempi naishenkilö kohtelee välillä asiakkaita ja muita oppilaita, jotka työskentelevät kahvilassa, huonosti.

Kahvion leipien välissä voisi olla enemmän tavaraa ja molemmin puolin voideltuna

Voisi olla enemmän kuin yksi myyjä.

Uskon, että tarvitsemme uuden henkilön, Tahere on erittäin huono.

kaikki on okei!

kahvi on liian kallista ja samoin sämpylät!!!! 112, A nainen

vastaa numero 132 piti kyselyä rasistisena.

Ett oli hyvä kysely kiitoss!!!

On tärkeää, että piha ja tuloväylä on siisti. Joskus on ollut aika törkyinen. Tämmöiselle yksineläjälle ja laiskalle ruoanlaittajalle hieno mahdollisuus saada aterioihin vaihtelua.

POP UP- kahvila oli hyvä idea! Myytävien tuotteiden tuoteselostukset välillä puutteellisia, paha juttu. Ruuat ja leivonnaiset pääsääntöisesti hyviä ja herkullisia. Eikö maratan oppilaita voisi saada avuksi myymälään - eihän Tahere yksin voi kaikkea tehdä?! Oppilaat voisivat myös koristella ja panostaa tilojen esteettisyyteen. Eikö sekin kuulu opiskeltavaan alaan?

Sellainen kahvila olisi mukava, missä kuulisi puheen, olis niin kuin oikea kahvila, hiljaisesti musiikkiakin. Sisustus kahvilamainen, vähän enemmän työntekijöitä kuin nyt, vaikka näyttelytilat seinille. Ei me käydä enää kahvilla, kun se muutti yläkertaan ruokalaan.

Luulen että Tennisteillä kaikki on kunnossa, tämä koulu on nykyaikainen ja toimii hyvin.

On ikävää kävellä ulkokautta kahvilaan, kun on muutenkin kiire ja ei ehdi ulkokautta kun ruokalan kautta ei saa kulkea. En tajua miksi ei saa, osa syy miksi ei sinne jaksa vaivautua.

Tarkista joka päivä vanhat ruoat. Erilaisia teevaihtoehtoja ja toinen kanssa.

Ostotilanne nopeammaksi ja ruokailun ajan auki.

Moni on puhunut kahvilippu-systeemistä, voisi lyhentää jonoja. Jos jääkaapit uusitaan jossain vaiheessa, niin ovelliset kaapit hankintaan.

Nopeuttakaa joten jonon etenemistä koska aina ei ehdi jonon takia saada kahvia ja välitunti menee hukkaan.

Nuoremmat myyjät.

Alentakaa hintoja.

Leipiin emennän juustoa. Saarioisten mikro pizzaa ja lihapiirakoita.

Valmis pizzaa

KAHVIA MENEE NIIN V\*\*\*\*\*I ET SEN EI TARVIS OLLA 0,70€ tai tuolla hinnalla voisi saada isomman kahvin, KIITOS! Leipiin lisää margariinia. Hymyilevä/asiakkaaseen keskittyvä myyjä. Smoothieita tarjolle. hedelmäsalaatit ilman mitään sokerilientä.

Leipiin enemmän voit aja täytteitä. Tuoreita leipiä myös iltapäivisin.

Olisi todella mukavaa jos muidenkin alojen tuotteita voisi ostaa kahvila-myymälästä.

Myymälä voisi ehkä palvella myös lahjavara myymälänä. Kulttuuri tuottaa jonkin verran sopivaa kamaa, nyt myyty kulttuurin varastosta johon ulkopuoliset eivät eksy...

Ehkä jotain säilytysastioita, mahdollisesti pelejä...

Kaikkien eri alojen tuotteita.

Kulttuurialan tekemiä tuotteita esim. avaimenperiä, koruja, kortteja.

kaikkien alojen mainoksia myytävistä palveluista/tuotteista voisi olla! Itse en ainakaan tiedä mitä muut myy/tekee tilauksesta!

Voisihan myynnissä olla pieni hylly muidenkin alojen tuotteita☺

Opiskelutarvikkeita (kirjoja, veitsiä, kyniä ja kumia, rautakaupan tarvikkeita) muutamassa

Oli hyvä tehdä tällainen kysely, että päästään vaikuttamaan ja tulee uudistuksia.

Mahtuisiko muidenkin alojen myytäviä tuotteita myymälän valikoimaan?

Miksei pieniä puutavaroitakin voisi olla myynnissä esim. keittiöön. Koulun asiakaspalvelusta voisi mainostaa julistein jne. (kaikkien alojen markkinointia)

Esim. puualan keittiövälineitä, verhoja ja muuta vaatetus alan tuotantoa.

Pieniä sisustustuotteita, puukirjaimia, heti-ostettavia tuotteita sekä kuvia tilattavista tuotteista ( tauluista, vaatteista yms.

Liite 8. Teemahaastattelukysymykset haastattettava1

1. Mitkä seikat tulee huomioida, jos kahvikeitaalle suunnitellaan alas laskettua kattoa?
2. Millaisia paloturvallisuus seikkoja tulee miettiä suunniteltaessa alaslaskettua kattoa?
3. Mitä huomioitavia seikkoja on suunniteltaessa ikkunateippauksia?

Lisäkysymys: Saako palo-ovet teipata?

4. Millaisia kiinteistöhuoltoon liittyviä seikkoja tulee huomioida seinäkkeitä ja sermejä suunniteltaessa?

Lisäkysymys: Kuinka suurista summista puhutaan vuositasolla?

5. Mitä rajoitteita kiinteistön puolelta tulee; mitä ne voisi olla ja miksi?
6. Millaisia sisustus- ja kalustelateraaleja tulee suosia?

Lisäkysymys: Onko Varialla tai Vantaalla tiettyä strategiaa hankintojen suhteen?

7. Mitä muita lakeja- tai asetuksia tulee huomioida muutoksia suunniteltaessa kuin paloturvallisuus laki?

Värimaailmaa muutettaessa onko olemassa jotain rajoitteita

Liite 9. Teemahaastattelukysymykset haastateltava 2

1. Miten voitaisiin järjestellä kahvilan toimintaan työssäoppiminen koko lukuvuoden?
2. Pystyttäisiinkö Taherelle järjestämään työpaikkaohjaajakoulutus? (to-opiskelijoille asianmukaista ohjausta)
3. Miten voidaan toimivaski kahvikeitaan asiakaspalveluun liittyvä toiminta. Voidaanko toiminta sitouttaa esimerkiksi opetusravintolassa olevan tarjoilijaryhmän toimintaan? (puhtaanpito, seuratoiminta, asiakaspalvelu) Erikoiskahvikone ja uusi jäätelöallas.
4. Asiakastyytyväisyyskyselyn yhteenvedosta käy ilmi, että kahvikeitaalle on tarvetta. Erikoiskahvien ja jäätelöiden valmistamien, voidaanko resursoida tarjoiluopettajille tai jollekin muulle, että voisi olla ohjaamassa ja opettamassa kahvikeidasvuorossa olevia opiskelijoita, koska vakituinen henkilökunta ei sitä ehdi oman työn ohella tehdä?
5. Toivottiin yhtenäistä työasuja, miten sen voi järjestää?
6. Suuri osa vastaajista toivoi kahvilan aukeamista jo 8.00, ettei olisi niin kova ruuhka 9.00 ja useat nuoret eivät syö kotona aamiaista. Miten mahdollistettaisiin kahvilan aukeaminen jo 8.00?
7. Myös ruokailun aikaan toivottiin kahvilan aukioloa, miten se olisi mahdollista järjestää?
8. Miten saataisiin vitriinituotteiden läpi lukuvuoden valmistu opiskelijatöinä? Voidaanko resursoida jollekin opettajalle, että hän suunnittelee joka jaksoon kiertävän listan joko luokka-asteittain (1,2 ja 3), jaksoittain(1-5) tai opettajien lukujärjestyksien mukaan vitriinituotteiden kiertävän listan makeat ja suolaiset tuotteet.
9. Voitaasiinko miettiä henkilökunnalle esimerkiksi kiertää sämpylä/leipä listaa? kuka sen voisi tehdä, millä resursseilla?
10. Millaista täydennyskoulutusta voitaisiin järjestää kahvilan henkilökunnalle? (erikoiskahvikoulutus?, motivaatio?, asiakaspalvelu?) motivaattorina hänen toimimiseen ja jaksamiseen. henkilökunta osallistuu työvaatteiden valintaan?
11. Kuka voisi suunnitella erikoisjuomien- ja jäätelöannosmenu?





Liite 11. Pöytä ja toimintoja.

